



REVISTA INTERNACIONAL DE  
CULTURA VISUAL

VOLUMEN 2  
NÚMERO 1

# Revista Internacional de Cultura Visual

.....  
VOLUMEN 2 NÚMERO 1

REVISTA INTERNACIONAL DE CULTURA VISUAL  
[www.sobreculturavisual.com](http://www.sobreculturavisual.com)

Publicado en 2016 en Madrid, España  
por Global Knowledge Academics S.L.  
[www.gkacademics.com](http://www.gkacademics.com)

ISSN: 2530-4666

© 2016 (artículos individuales), el autor (es)  
© 2016 (selección y material editorial) Global Knowledge Academics

Todos los derechos reservados. Aparte de la utilización justa con propósitos de estudio, investigación, crítica o reseña como los permitidos bajo la pertinente legislación de derechos de autor, no se puede reproducir mediante cualquier proceso parte alguna de esta obra sin el permiso por escrito de la editorial. Para permisos y demás preguntas, por favor contacte con <[soporte@gkacademics.com](mailto:soporte@gkacademics.com)>.

REVISTA INTERNACIONAL DE CULTURA VISUAL es revisada por expertos y respaldada por un proceso de publicación basado en el rigor y en criterios de calidad académica, asegurando así que solo los trabajos intelectuales significativos sean publicados.

## EDITORES

.....

**Sergio Ferreira do Amaral**, Universidad de Campinas (UNICAMP), Brasil  
**Manuel Pinto Teixeira**, Universidade Lusófona de Lisboa, Portugal  
**Javier Sierra Sánchez**, Universidad Complutense de Madrid, España

## CONSEJO EDITORIAL

.....

**Jose Carlos del Ama**, Central State Connecticut University, Estados Unidos  
**Wilma Arellano Toledo**, INFOTEC-CONACYT, Mexico DF, Mexico  
**Ana Beriain Bañares**, Universitat Abat Oliba CEU, España  
**Ignacio Blanco Alfonso**, Universidad San Pablo CEU, España  
**Francisco Cabezuelo Lorenzo**, Universidad de Valladolid, España  
**David Caldevilla Domínguez**, Universidad Complutense de Madrid, España  
**Sergio Ferreira do Amaral**, Universidad de Campinas (UNICAMP), Brasil  
**Ismael López Medel**, Central State Connecticut University, Estados Unidos  
**Juan Luis Manfredi Sánchez**, Universidad de Castilla La Mancha, España  
**Manuel Pinto Teixeira**, Universidade Lusófona de Lisboa, Portugal  
**Astrid Scaperrotta**, Università Vita-Salute San Raffaele, Milán, Italia  
**Javier Sierra Sánchez**, Universidad Complutense de Madrid, España  
**Mónica Viñarás Abad**, Universidad San Pablo CEU, España  
**Hipólito Vivar Zurita**, Universidad Complutense de Madrid, España

## EDITORES ASOCIADOS

.....

**Marcos García-Ergüín**  
**Pedro Hoyos Salcedo**  
**Ana Rita Vidica Fernandes**  
**Jorge Rasner**  
**Joan Francesc Fondevila Gascón**  
**Seber Ugarte Calleja**  
**Cristina López-Navas**  
**André Wilson Archer Pinto Salgado**



# Índice

<b>Trabalhadores, fotografia documental e autoria .....</b>	<b>1</b>
<i>Eduardo Queiroga</i>	
<b>La imagen de la revolución mexicana en el western español (Renovación de género bajo la política nacional) .....</b>	<b>9</b>
<i>Marcos Maza García-Ergüín</i>	
<b>YouTube en la gestión de la comunicación de museos e instituciones culturales: propuesta para extrapolar un uso comunicacional de estas herramientas a pequeñas instituciones culturales. Enfoque teórico .....</b>	<b>21</b>
<i>Georgina Marcelino Mercedes</i>	
<b>Os dispositivos cinematográficos no filme Cidade de Deus .....</b>	<b>31</b>
<i>Lilian Fontes Moreira</i>	
<b>Postales de Santiago de Chile: representaciones de la ciudad del diario “La Tercera” .....</b>	<b>39</b>
<i>Claudio Lagos-Olivero</i>	
<b>A imagem e o imaginário da cidade paradigmática: uma leitura do espaço-tempo no filme Meia Noite em Paris .....</b>	<b>51</b>
<i>Valéria Cristina Pereira da Silva</i>	
<b>Documentalismo conversacional en Instagram .....</b>	<b>65</b>
<i>Jacob Bañuelos</i>	

# Table of Contents

<b>Workeres, Documentary Photography and Authorship .....</b>	<b>1</b>
<i>Eduardo Queiroga</i>	
<b>The Mexican Revolution in Spanish western genre films: a revolutionary point of view under the totalitarianism .....</b>	<b>9</b>
<i>Marcos Maza García-Ergüín</i>	
<b>YouTube as a Communication Tool for Cultural Management in Museums and Cultural Institutions: Proposal to extrapolate the use of this Tool to Small Cultural Institutions. Theoretical approach .....</b>	<b>21</b>
<i>Georgina Marcelino Mercedes</i>	
<b>Cinematographic Devices in the Film City of God .....</b>	<b>31</b>
<i>Lilian Fontes Moreira</i>	
<b>Postcards of Santiago de Chile: Representations of the City by “La Tercera” Newspaper .....</b>	<b>39</b>
<i>Claudio Lagos-Olivero</i>	
<b>Image and Paradigmatic City's Imaginary: a Space-Time Reading at "Midnight in Paris" .....</b>	<b>51</b>
<i>Valéria Cristina Pereira da Silva</i>	
<b>Conversational Documentarianism in Instagram .....</b>	<b>65</b>
<i>Jacob Bañuelos</i>	

# Trabalhadores, fotografia documental e autoria

Eduardo Queiroga, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

**Resumo:** Este artigo busca discutir tensões existentes na relação entre autoria e fotografia documental. Se por um lado a fotografia carrega consigo uma série de possibilidades de interpretação, essa abertura dificulta a intenção fundamental do fotógrafo documental de relatar um fenômeno, de manter esse vínculo com o referente. Diversas estratégias autorais são empreendidas para controlar a dispersão, mas isso também é alvo de críticas na medida em que uma maior aparição do fotógrafo pode causar o apagamento do fotografado. A autoria é um conceito construído historicamente e deve ser visto em sua complexidade, que toma nuances distintas quando o campo é o da fotografia. Articularemos o debate a partir das contribuições teóricas de Michel Foucault, Antoine Compagnon, John Berger e Susan Sontag, tendo como horizonte a obra de Sebastião Salgado, especialmente seu livro “Trabalhadores”.

**Palavras-chave:** fotografia, fotografia documental, autoria, Sebastião Salgado

**Abstract:** This article discusses the tensions in the relationship between authorship and documentary photography. If on one hand the photography carries a number of possibilities of interpretation, this opening hinders the fundamental intent of the documentary photographer to report a phenomenon, to keep that bond with the referent. Several authorial strategies are undertaken to control dispersion, but it is also targeted to the extent that greater appearance of photographer may cause the deletion of the photographed. The author is a concept historically constructed and should be seen in its complexity, taking different nuances when the field is the photography. Will articulate the debate from the theoretical contributions of Michel Foucault, Antoine Compagnon, John Berger and Susan Sontag, articulating with the work of Sebastião Salgado, especially his book “Workers”.

**Keywords:** Photography, Documentary Photography, Authorship, Sebastião Salgado

O brasileiro Sebastião Salgado é autor de diversos livros e exposições de fotografia documental, uma vasta obra publicada em diversos idiomas. Nascido em Aimorés, Minas Gerais, Salgado seguiu primeiramente uma carreira de economista, tendo feito não apenas graduação, mas também mestrado e doutorado nesta área. Este dado é importante pois foi trabalhando na Organização Internacional do Café – na Inglaterra – que ele começou a dar forma à sua atuação fotográfica, tanto no que se refere a temáticas futuras, quanto na determinação de um olhar muito influenciado por questões econômicas. A “virada” para a fotografia acontece na década de 1970, quando passa a desenvolver pautas fotojornalísticas para diversas agências e organismos internacionais, como Sygma, Gamma, Magnum, Unicef, OMS e Anistia Internacional. Em 1994, funda a Amazonas Imagens, agência exclusivamente devotada ao seu próprio trabalho, onde até hoje desenvolve projetos com a esposa Lélia Warnick Salgado, que é responsável pela edição de seus livros<sup>1</sup>. Se atualmente Sebastião Salgado é lembrado por seus projetos de longa duração, não podemos esquecer que ele tem no currículo mais de dez anos dedicados ao atendimento de trabalhos encomendados e pautas cotidianas de veículos. Como, por exemplo, acompanhar o dia a dia de um presidente para uma reportagem do New York Times: em 1981, Salgado acompanhava Reagan quando ele sofreu um atentado. Essas fotos tiveram grande repercussão – inclusive financeira – mas o fotógrafo não queria ser marcado por esse tipo de trabalho ou fama.

Entre 1986 e 1991, Sebastião Salgado desenvolve uma série de reportagens, vinte e nove ao todo, enfocando o trabalho manual. Os ensaios são publicados isoladamente em diversos veículos ao redor do mundo e, em 1993, reunidos no livro “Trabalhadores”, que é lançado em nove edições

<sup>1</sup> Lélia atuou primeiramente com arquitetura, depois se interessando por fotografia. Acumulou uma grande experiência de edição, tanto em revistas de fotografia, quanto para galerias e livros (incluindo autores como Henri Cartier-Bresson).





internacionais<sup>2</sup>. No texto de introdução, ele explica que “estas imagens oferecem uma espécie de arqueologia visual de uma era que a história conhece com o nome de 'Revolução Industrial'. Uma época em que mulheres e homens, pelo trabalho, detinham em suas mãos o eixo central do mundo” (Salgado, 1993, p. 7). Ele observa um mundo dividido entre uns poucos que podem usufruir dos benefícios do desenvolvimento e outros tantos cujas vidas, saúde e recursos são o combustível para tal progresso, uma cisão entre uma crise de excesso e a crise de necessidade – primeiro mundo e terceiro mundo, respectivamente. Seu foco é o trabalho manual e aqueles que ainda desempenham tais atividades, quase que primitivas, porém inseridos na lógica industrial.

O trabalho é extenso, eis alguns números: o livro possui 400 páginas – mais um caderno extra de 24 páginas trazendo legendas e explicações sobre todas as imagens – com 350 fotografias em preto e branco, impressas, na maioria dos casos, com cerca de 50 cm de base – formato aberto. O primeiro dos assuntos fotografados foi o garimpo de Serra Pelada, no Pará, em 1986. Nos anos seguintes, até 1991, trabalhou uma média de cinco temas/países por ano, documentando desde a mineração de enxofre na Indonésia até a cana-de-açúcar no Brasil e em Cuba, passando pela demolição de navios em Bangladesh, fabricação de bicicletas na China, cultivo de chá em Ruanda, extração de petróleo no Kwait ou construção de grandes obras como o Eurotúnel – França/Inglaterra – ou o Canal de Rajasthan, na Índia, entre outros. A exposição deste trabalho percorreu algumas dezenas de países. Uma obra “monumental”, grande sob muitos pontos de vista.

Os vários anos dedicados a um projeto, subdividido em dezenas de temas, percorrendo diversos países nos quatro cantos do mundo, resultando numa publicação com centenas de imagens impressas em grande formato, tudo isso é resultado de um modo de trabalhar desenvolvido pelo fotógrafo. Um processo que aposta no tempo dedicado ao assunto como construção e maturação dos elementos que compõem suas imagens. Como afirma Maurício Lissovsky, “aos olhos de Salgado, é tudo uma questão de tempo, ainda que numa perspectiva cronológica. Ele recomenda ‘gastar tempo’ e não tem escrúpulos quanto à repetição” (Lissovsky, 2008, p. 78). Salgado se distancia da concepção defendida por Henri Cartier-Bresson que trabalha com a oportunidade, com a busca por um instante-clímax que alinhava forças na construção de sua imagem como um momento fugidioso, passageiro. Ao contrário, acredita num resultado que cresce na medida em que avança sobre o terreno. “A espera do fotógrafo é a contrapartida do amadurecimento do instante. Ele nutre-se – cresce e aparece – da própria expectativa” (Lissovsky, 2008, p. 78).

Tal espera, tal relação com o tempo, a importância da expectativa na conformação da imagem são aspectos presentes não apenas no projeto “Trabalhadores” mas como nos demais, desenvolvidos também sob tais preceitos. É uma marca do seu trabalho e percebido ao longo da sua obra. Uma característica, segundo ele, necessária a todo fotógrafo, mas que ele teria aprendido já na mocidade, no trabalho na fazenda: “se tardava 45 [dias] em levar aos animais de meu pai ao matadouro situado a várias centenas de quilômetros de distância [...]. Meu pai, junto com alguns companheiros, fazia esse trajeto a pé. [...] Tinham tempo para falar, ver a paisagem. Esta lentidão é a mesma que a da fotografia” (Salgado, 2014, p. 17). Sebastião Salgado é um autor cuja obra se sustenta em premissas relativamente constantes tanto nos seus processos de criação, quanto nos resultados estéticos. Como ele mesmo afirma, referindo-se ao livro “África”, lançado em 2007,

neste livro, há fotografias de 1973 a 2006. Se você não olhar a data, não verá diferença alguma entre elas. Isso porque minha linguagem é mais ou menos a mesma; a forma como organizo o espaço é mais ou menos a mesma; a maneira como trabalho com a luz é mais ou menos a mesma. Não há grandes diferenças. (Salgado, 2008, p. 245)

Existem elementos processuais, estéticos e temáticos que possibilitam a identificação de uma amarração, uma espécie de fio que perpassa os vários trabalhos, trazendo uma unidade que envolve todo o conjunto de suas produções.

<sup>2</sup> Estados Unidos, Inglaterra, França, Portugal, Espanha, Alemanha, Japão, Itália e Brasil, por ordem de publicação. Neste artigo tomaremos por base a primeira edição, a norte-americana, embora existam poucas diferenças entre elas.

## Autor e obra na fotografia documental

Pudemos apreender, em linhas muito genéricas, alguns aspectos que caracterizam a fotografia de Sebastião Salgado. O intuito deste percurso é preparar o terreno para tratarmos mais especificamente de algumas questões sobre a autoria. Consideramos pertinente buscarmos noutros campos subsídios para nossa discussão<sup>3</sup>. Na Teoria Literária, Antoine Compagnon afirma que “o ponto mais controverso dos estudos literários é o lugar que cabe ao autor” (Compagnon, 2010, p. 47), veremos que na fotografia existem algumas dificuldades extras, que passam pela defesa de uma técnica automática ou por conta de que tais questões ainda não passaram pelo mesmo amadurecimento teórico que podemos perceber na literatura. Se aconteceu todo um discurso que defendia o aspecto automático da fotografia, é natural que não houvesse ali espaço para o reconhecimento da autoria. Ou seja, é preciso vencer primeiro uma resistência à compreensão da existência do sujeito criador, para depois avançarmos no entendimento do seu lugar, do seu papel.

Precisamos, neste momento, dar alguns limites, pois a autoria é um campo complexo – como citado acima – e cheio de particularidades. Há uma ligação fundamental entre autor e o produto de sua criação, seja ele uma fotografia, um texto, uma música. Mas não devemos confundir produção com autoria: nem todo mundo que está envolvido na produção de uma fotografia, por exemplo, pode ser considerado autor. Da mesma forma que nem todo aquele que escreve é um autor. Por outro lado, nem tudo que é escrito por um “escritor reconhecido” é considerado sua obra. Michel Foucault estabelece uma relação importante entre as noções de autor e obra. “O que é uma obra? O que é pois essa curiosa unidade que se designa com o nome de obra? De quais elementos ela se compõe? Uma obra não é aquilo que é escrito por aquele que é um autor?” (Foucault, 2009, p. 269). Ele também atenta para a necessidade de distinguirmos o nome do autor do nome próprio. Se o segundo designa uma pessoa – as características dessa pessoa podem mudar, mas o nome continua ligado a ela –, o primeiro vai além disso. “O nome do autor não está localizado no estado civil dos homens, não está localizado na ficção da obra, mas na ruptura que instaura um certo grupo de discursos e seu modo singular de ser” (Foucault, 2009, p. 274). Daí entender que esta função está restrita a determinados escritos. “A função autor é, portanto, característica do modo de existência, de circulação e de funcionamento de certos discursos no interior de uma sociedade” (Foucault, 2009, p. 279). A ruptura da qual nos fala aponta para a distinção entre literatura e a escrita comum, quando há um tensionamento da linguagem, quando esta passa a cumprir um papel além do meramente funcional. Transpassa a fronteira do conteúdo significado em direção ao significante.

A função autor poderia ser resumida em quatro características principais, segundo Foucault:

está ligada ao sistema jurídico e institucional que contém, determina, articula o universo dos discursos; ela não se exerce uniformemente e da mesma maneira sobre todos os discursos, em todas as épocas e em todas as formas de civilização; ela não é definida pela atribuição espontânea de um discurso ao seu produtor, mas por uma série de operações específicas e complexas; ela não remete pura e simplesmente a um indivíduo real, ela pode dar lugar simultaneamente a vários egos, a várias posições-sujeitos que classes diferentes de indivíduos podem vir a ocupar. (Foucault, 2009, p. 279)

Ou seja, ela surge na medida em que o autor poderia ser punido, quando se instaura um regime de propriedade e, em paralelo, a possibilidade de transgressão. Existem variações de acordo com o discurso e também com o contexto: a necessidade de um autor para a aceitação do escrito. Mas a principal característica que nos interessa é a de que há “uma operação complexa que constrói um certo ser de razão que se chama autor” (Foucault, 2009, p. 276). O autor dá unidade à obra, alinhava diversos trabalhos a partir de um fio condutor estético ou conceitual, que permite superar possíveis contradições ou lacunas.

---

<sup>3</sup> Importante anotar que mesclaremos ao longo do texto contribuições de diversos campos, como já foi citado. Tais contribuições poderão atravessar as fronteiras entre esses campos sem que, necessariamente, destaquemos tais movimentos “migratórios”. Isso se dará muito mais por entendermos que tais conceitos/ideias se prestam a vários campos do que por negligência ou descuido.

No trabalho de Sebastião Salgado é possível identificar diversos aspectos levantados por Foucault sobre autoria. Um primeiro, talvez mais óbvio e gritante, é a coerência formal. Embora produzidos em épocas, situações e locais muito diversos entre si, os mais de vinte ensaios que compõem “Trabalhadores” seguem um rigor formal que vai além do uso do preto e branco: enquadramento e composição, relação de planos, definições de contraste e riqueza tonal, todos esses elementos de sua fotografia seguem uma unidade que se estende para outros trabalhos ao longo de sua carreira. Se aqui analisamos o seu primeiro “grande” livro, de 1993, tais constatações não seriam diferentes se tomássemos como objeto o mais recente, “Genesis”, lançado vinte anos depois, em 2013. O que reforça uma ideia bastante trabalhada por Jean-Claude Bernadet, quando trata do autor no cinema: a matriz, aquela característica que acompanha toda a produção de um cineasta, um elemento que poderá ser identificado ao longo da obra, garantindo uma unidade de conjunto, um reconhecimento de um percurso (Bernadet, 1994).

Em Salgado, tal unidade se estabelece nos resultados formais, mas também nos aspectos processuais: da escolha do tema à maneira de abordá-lo. Segundo suas palavras, isso seria resultado da sua forma de vida, das escolhas que faz como cidadão:

você quer saber se eu tenho preocupações sociais? Tenho, claro que tenho. [...] Eu tenho preocupação com a redistribuição de renda no mundo? Tenho. Tenho preocupação com a justiça social? Tenho. Então, como minha fotografia não poderia ser isso? A minha fotografia é exatamente isso. (Salgado, 2008, p. 236)

A importância do tema no seu trabalho – incluindo aí o tratamento que é dispensado a ele – é um ponto crucial em nossa discussão por se tratar de um fotógrafo documental. Para ele, “se não houver identificação total com o tema, se ele não tiver nada a ver com seu comportamento de vida, a pessoa não conseguirá fotografar direito. Fará apenas alguma coisa superficial, uma reportagem, por exemplo, mas não um trabalho” (idem, 2008, p. 240). Sebastião Salgado se dedica anos a fio, percorre os quatro cantos do planeta em busca de estabelecer uma discussão aprofundada sobre o trabalho manual. Mas não faz isso através da ficção ou de metáforas: sai em busca dos lugares e das pessoas que desempenham tais atividades. Como já dissemos, investe tempo na construção das reportagens, seu discurso se enriquece no contato aprofundado e estendido com o assunto retratado. “Os instantes de Sebastião Salgado são fruto de uma expectativa construtiva. A dramaticidade da luz e a constituição monumental da cena são valores que a imagem agrega ao longo da espera” (Lissofsky, 2008, p. 81). Sua fotografia é carregada de referências acessadas de sua bagagem cultural – estética e economia encontram-se amalgamadas no trabalho –, mas é no campo que a obra se faz, cujo aprofundamento no tema e ampliação do contato são ingredientes imprescindíveis.

A minha visão é uma tentativa de pensar não mais em momentos decisivos mas em fenômenos fotográficos, dos quais o fotógrafo participa até chegar ao ápice deste fenômeno. Aí o fotógrafo realmente conseguiu a fotografia mais forte, podendo então abandonar o fenômeno e passar para o outro, vivendo os fenômenos e não mais passar pela tangente. (Salgado apud Lissofsky, 2008, p. 78)

Não se trata daquele instante onde tudo converge para a foto, aquele clímax irrecuperável, o corte único, capturado pelo fotógrafo atento, mas uma construção crescente cuja maturação aponta para uma fotografia desenvolvida ao custo da espera, do tempo dedicado ao percurso fértil de imagens, como bem demonstra os números já citados.

O livro “Trabalhadores” é resultado de uma cadeia extensa, que envolve várias etapas e funções. Assim como toda fotografia, alguns desses “atores” são primordiais, não poderíamos tratar de fotografia sem pensarmos neles. Antoine Compagnon, novamente dos estudos literários, defende que “cinco elementos são indispensáveis para que haja literatura: um autor, um livro, um leitor, uma língua e um referente” (Compagnon, 2010, p. 25) e vai mais além, incluindo outras duas questões envolvendo a história e a crítica. É possível transpor para a fotografia o esquema proposto: aquele que fotografa, aquele ou aquilo que é fotografado, aquele que observa a fotografia, além do objeto e da linguagem. Deixemos de lado, por ora, a fotografia (objeto/livro) e a fotografia (linguagem). A simples listagem delas, com grafias idê-

ticas, já nos aponta para um vasto campo de (in)definições. Seguiremos com os aspectos – conforme propostos por Compagnon, num paralelo direto – do autor, do referente e do leitor.

Já discutimos até aqui os aspectos autorais da fotografia de Sebastião Salgado – a ruptura com a linguagem meramente funcional, as articulações formais e conceituais que conformam a noção de obra, a unidade ou matriz que conduz sua criação. Uma questão que se coloca neste debate e está diretamente ligada ao leitor é a intenção do autor. O quanto o autor é responsável pela significação de sua obra? Partindo de uma compreensão comum – e que dá sustentação a muitos estudos – a chave para o entendimento de uma criação está naquilo que o autor quis dizer? Compagnon fala em duas ideias cujo

conflito se aplica [...] aos partidários da explicação literária como procura da intenção do autor (deve-se procurar no texto o que o autor quis dizer), e aos adeptos da interpretação literária como descrição das significações da obra (deve-se procurar no texto o que ele diz, independentemente das intenções de seu autor). Para escapar dessa alternativa conflituosa e reconciliar os irmãos inimigos, uma terceira via, hoje muitas vezes privilegiada, aponta o leitor como critério da significação literária. (Compagnon, 2010, p. 47)

Observar esse conflito nos parece especialmente apropriado quando temos em conta a fotografia documental, que, a despeito das aberturas inerentes à representação fotográfica, não perde de vista o tema abordado. Se pensarmos, para efeito metodológico, em polos representados pelo documento e pela arte, onde o primeiro se faz pela objetividade e o segundo pelo seu oposto, devemos entender a fotografia documental entre esses dois polos. Isso porque, ao contrário de gêneros ficcionais ou artísticos, há uma ligação com o referente, uma espécie de preocupação icônica de reconhecimento do assunto fotografado. Para Margarita Ledo, há um contrato de credibilidade na fotografia documental, em que pesa a herança indicial da técnica, a existência de um referente, mas que não se resume a isso: entram em jogo convenções e estilos de realismo na produção do “efeito-verdade”. A fotografia documental é parte de uma estrutura de comunicação em que autor e leitor estão presentes e precisam compartilhar um repertório (Ledo, 1998).

Quando Salgado se propõe a abordar um tema e dedica anos a isso, importa a ele a forma como isso será recebida pelos leitores. A cadeia precisa “fechar”. Não há fotografia se esta não é vista, lida, recebida, e o alcance documental não se completa a depender desse percurso. Se tratamos dessa abordagem autoral, subentendendo todas as prerrogativas de inserção do sujeito que isso demanda, é porque consideramos que há uma tensão especial quando se trata da fotografia documental. Até que ponto é possível que o autor se coloque sem que haja um apagamento do assunto fotografado? Como se dá a negociação – obviamente velada e, possivelmente, inconsciente – entre a fala do autor e a fala do fotografado? Retomando os três elementos que listamos anteriormente – autor, assunto e leitor –, podemos formular algo como: há uma intenção do autor, que não pode perder de vista o assunto, nem a maneira como isso será recebido pelo leitor.

Compagnon afirma que podemos pensar no autor, no sentido sociológico, como um personagem moderno, mas que a questão da intenção do autor é muito mais antiga, sempre esteve presente e não é de fácil solução. Ao afirmar isso, promove um retorno a Platão – discorre sobre a distância entre a escritura e a palavra e entre esta e o pensamento – e a Aristóteles: “a dualidade do conteúdo e da forma está no princípio da separação entre história (*muthos*) e sua expressão (*lexis*). Enfim, toda tradição retórica distingue a *inventio* (busca das ideias) e a *elocutio* (emprego das palavras)” (Compagnon, 2010, p. 53). Há um perigo nestas colocações e isso nos interessa especialmente. Da forma como observamos aqui, temos um conflito entre conteúdo e forma ou intenção e estilo. Nos é cara esta discussão, uma vez que na fotografia documental o desenvolvimento da forma muitas vezes é criticado como prejudicial ao conteúdo.

Para Berger (1998), a fotografia compreende uma série de contradições fortemente marcadas por uma suspensão entre o momento de fotografar um acontecimento e o momento da visualização da foto resultante. Um imenso abismo pode se formar entre esses dois momentos se o leitor não possui alguma relação com o acontecimento, de modo que uma fotografia pode ser recontextualizada, colocada associada a uma série de novos textos e significados que não guardam mais relação

com o contexto inicial. Essa abertura para novas significações pode ser interessante para diversos usos da fotografia, mas não no documental, naquele que quer manter um vínculo com o referente. As estratégias para “controlar” dispersão passa pela produção de ensaios, combinação com textos, a busca por públicos específicos, como os de livros e galerias. Um público que possa “reconhecer” a intenção do autor. “A mensagem é um processo muito mais complexo que a coleta de informações, já que não só exige a existência de uma intenção de significar, como também o reconhecimento por parte do receptor dessa intenção e de seu objetivo específico” (Schaeffer, 1990, p.59).

Quando Salgado coloca em pauta a questão do trabalho manual de maneira documental, ele busca lançar uma crítica a fenômenos da sociedade, através da visibilidade de determinadas condições vivenciadas por personagens espalhados pelo mundo. Há ali um respeito ao assunto fotografado – respeito aqui entendido como uma certa submissão, estar a serviço de uma causa. No seu trabalho e nos seus depoimentos essa preocupação está muito presente. Mas na medida em que ele carrega suas fotografias com todos esses elementos formais e conceituais, quando ele coloca sua marca e seu modo de representar tais questões, não contribuiria para um distanciamento ao tema, à discussão proposta?

A monumentalidade de sua obra, o cuidado estético que se traduz nas composições inacreditavelmente equilibradas, a beleza de suas fotografias rendem muitas críticas no sentido de perda de valor documental. Como afirma Ingrid Sischy:

Salgado está ocupado com os aspectos compositivos de suas imagens – com encontrar a ‘graça’ e a ‘beleza’ nas formas contorcidas de seus sujeitos agonizantes. E tal embelezamento da tragédia produz imagens que em última instância reforçam nossa passividade para com a experiência que revelam. Estetizar a tragédia é o meio mais rápido de anestesiar os sentimentos daqueles que a estão testemunhando. A beleza é uma incitação à admiração, não à ação. (Sischy apud Tasca, 2010, p. 26)

Susan Sontag, que se refere a Salgado como “um fotógrafo especializado na desgraça mundial” (2003, p. 67), afirma que “o poder dúplice da fotografia – gerar documentos e criar obras de arte visual – produziu alguns exageros notáveis a respeito do que os fotógrafos deveriam ou não fazer. Ultimamente o exagero mais comum é aquele que vê neste poder dúplice um par de opostos” (idem, p. 66). Embora coloque a questão como um exagero, a autora defende que essa característica, ao mesmo tempo que pretende denunciar um fato negativo, confunde-se em beleza. Ela também faz uma crítica direta ao trabalho de Salgado afirmando que ele não dá nome aos seus fotografados, reforçando um culto à celebridade: apenas os famosos têm a menção a seus nomes assegurada, enquanto rebaixa os demais a exemplos anônimos de suas etnias ou ocupações, sem falar num distanciamento que dificultaria qualquer ação de mudança. Ao mesmo tempo em que perturba com seu conteúdo, também “convida a sentir que o sofrimento e os infortúnios são demasiado vastos, demasiado irrevogáveis, demasiado épicos para serem alterados, em alguma medida significativa, por qualquer intervenção política local” (idem, p. 68).

O objeto principal de seu livro “Diante da dor dos outros” são as fotografias de guerra, mas ela amplia para todo tipo de imagem de choque, incluindo as veiculadas pela televisão. Da fotografia, espera-se uma autenticidade garantida pela não encenação, pela não construção da cena. Este fator, porém, traria limitações ao poder informativo, que segundo a autora, é melhor desempenhado pelas narrativas textuais. As fotografias podem nos incomodar, nos lembrar de determinadas atrocidades, mas não nos fazem compreender. Apenas as narrativas levam à compreensão. As imagens precisam estar associadas ao texto, para levar as informações necessárias ao entendimento e possíveis desdobramentos críticos. “As intenções do fotógrafo não determinam o significado da foto, que seguirá seu próprio curso, ao sabor dos caprichos e das lealdades das diversas comunidades que dela fizeram uso” (idem, p. 36). Sontag revê seus pensamentos desenvolvidos em “Sobre fotografia”, escrito 30 anos antes, salientando que algumas questões merecem ser entendidas de maneira diferente. Tratando mais especificamente da televisão, afirma que “a saciedade de imagens mantém a atenção ligeira, mutável, relativamente indiferente ao conteúdo. O fluxo contínuo de imagens impossibilita uma imagem privilegiada” (idem, p. 88). Tal pensamento é útil ao analisarmos ensaios com grandes volumes de fotografias, como é o caso aqui estudado.

Para Sontag – e também para Sischy –, uma maior articulação estética afastaria o foco do tema fotografado. Ou seja, nesta condição “dúplice”, quanto mais opaca for a obra, menos enxergamos o referente. O tratamento genérico – ao encarar personagens como representantes de categorias e não na sua individualidade – também contribuiria para a elevação das questões ali tratadas para um patamar distante, de contemplação. O uso de muitas imagens anestesiaria nossa relação com elas, não permitindo um contato aprofundado, estimularia a passividade. Além do mais, a imagem não seria capaz, ao contrário do texto, de permitir uma compreensão da situação, dependendo de informações suplementares para se atingir de fato o assunto abordado.

O livro “Trabalhadores” traz um texto curto – para as proporções do livro – com pequenas introduções sobre os ensaios publicados. Além disso um encarte com legendas sobre cada uma das 350 fotos faz parte da publicação. Este formato é replicado em outros livros de Sebastião Salgado ao longo de sua carreira, o que demonstra uma preocupação com a maneira como seu trabalho será recebido pelos leitores. Estamos tocando exatamente a questão da intenção do autor, que tem a ver com a forma como sua obra será recebida e compreendida. O fotógrafo acredita as críticas relativas à “estetização da miséria” a questões de mercado e de relações pessoais e afirma que o motivo dos ataques estão bem localizados: “sei porque muitos me atacam: eu incomodo as pessoas porque eu trabalho muito, fotografo muito, publico muito e acabo ocupando espaços que os outros gostariam de ocupar. Não sou eu que os incomodo pessoalmente, é meu trabalho que os incomoda...” (Salgado, 2008, p. 243).

Se há em Salgado uma preocupação em relatar fenômenos sociais que lhe causam perplexidade, quanto dessa intenção chega ao leitor? “Pensava que todo o mundo devia saber. Ninguém tem direito a se proteger das tragédias de seu tempo porque somos todos responsáveis, em certo modo, do que ocorre na sociedade em que escolhemos viver” (Salgado, 2014, p. 101). Nos parece que, frente a críticas como as de Sontag e considerando as contradições e lacunas inerentes à fotografia, como levantado por Berger, o fotógrafo documental enfrenta desafios muito maiores para alcançar seus objetivos. Pois não está somente na fotografia a chave para seus significados, mas numa rede complexa que envolve o contexto no qual ela é apresentada e o leitor. Apesar de termos destacados tanto a ambiguidade do texto quanto a passividade gerada pela grande quantidade de imagens como possíveis dispersadores de uma mensagem, entendemos que esses são possíveis antídotos também. Se uma imagem isolada permite muitos significados e recontextualizações, muitos fotógrafos documentais, mesmo que intuitivamente, apostarão nas séries como forma de se acercar de um tema, de envolvê-lo. Assim como se utilizarão de textos, títulos, legendas e outras associações para “explicar” a cena. Tais estratégias visam preencher as lacunas existentes nesta linguagem, diminuir o abismo entre ele – que estava presente no acontecimento fotografado – e o seu leitor. Não há garantias e as interpretações estarão, sempre com um grande peso, nas mãos dos leitores. Mas, não raro, reverberarão em opiniões similares a essa: “observar uma fotografia de Sebastião Salgado é conhecer ao outro como um mesmo. É experimentar a dignidade humana. É compreender o que significa ser mulher, homem, menino. Provavelmente porque Salgado abriga um amor profundo pelas pessoas que fotografa” (Francq, 2014, p. 9).

A fotografia documental, uma vez que tem como premissa sua vinculação ao tema abordado, é um campo onde algumas tensões especiais se localizam na medida em que tratamos de autoria. Diferentemente da fotografia de arte, que é o espaço legítimo do autor, a fotografia documental lida com determinadas contradições ou dificuldades quando o autor se coloca. Não apenas pelo entendimento comum, mas também no debate teórico, há uma espécie de frustração ou mesmo recusa quando nos deparamos com vestígios de uma presença maior do autor numa fotografia documental. A chave, claro, não estaria numa ausência – impossível. Mas o debate não pode ser observado por um viés simplista e nossa intenção aqui é enriquecer uma discussão que possui tantas lacunas quanto a questão da interpretação na fotografia.

## REFERÊNCIAS

- Berger, J. y Mohr, J. (1998). *Otra manera de contar*. Murcia: Mestizo.
- Compagnon, A. (2010). *O demônio da teoria: literatura e senso comum*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Foucault, M. (2009). O que é um autor? Em *Estética: literatura e pintura, música e cinema (Ditos e escritos III)*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Franco, I. (2014). Prologo. Em S. Salgado, *De mi tierra a la Tierra : memorias. Con la colaboración de Isabelle Franco*. Madrid: La Fábrica.
- Ledo, M. (1998). *Documentalismo Fotográfico. Êxodos e Identidad*. Madrid: Ediciones Cátedra, S.A.
- Lisovsky, M. (2008). *A máquina de esperar: origem e estética da fotografia moderna*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Lombardi, K. H. (2007). *Documentário imaginário: novas potencialidades na fotografia documental contemporânea* (Dissertação de mestrado). Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCOM-UFMG). Belo Horizonte: UFMG.
- Salgado, S. (1993). *Workers, an archaeology of the Industrial Age*. New York: Aperture.
- (2008). Entrevista concedida a Paulo Boni. Em *Discursos Fotográficos, Londrina*, 4(5), pp. 233-250.
- (2014). *De mi tierra a la Tierra : memorias. Con la colaboración de Isabelle Franco*. Madrid: La Fábrica.
- Schaeffer, J.M. (1990). *La imagen precaria del dispositivo fotográfico*. Madrid: Catedra.
- Sontag, S. (2003). *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Tasca, F. (2010). O outro em Sebastião Salgado e Santiago Sierra: modos de usar. *Revista Lindonéia*, 0, pp. 24-28.

## SOBRE O AUTOR

**Eduardo Queiroga:** Mestre e Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM-UFPE). Bolsista Capes proc. BEX 11114/13-4. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Fotografia, atuando principalmente nos seguintes temas: imagem e educação, fotografia e história, fotojornalismo e fotografia contemporânea.

# La imagen de la Revolución Mexicana en el *western* español (renovación de género bajo la política nacional): una excepción en el sistema de coproducción

Marcos García-Ergüín Maza, Universidad Rey Juan Carlos, España

**Resumen:** Durante el período en el que la producción de largometrajes de género *western* en Europa explotó económicamente (1960-1980), tanto en número de producciones como en recaudación, los creadores fueron buscando nuevas lecturas y temáticas para refrescar el género y perpetuar lo que se había convertido en la gallina de los huevos de oro para las cinematografías, sobre todo, italiana y española. En este contexto, una de las variantes que surgió, de entre el *western* cómico, el de artes marciales, etc, fue la que ubicaba los contextos en la revolución mexicana. Esta nueva visión aportó la posibilidad de introducir reflexiones ideológicas de corte progresista y nuevas concesiones artísticas, ya que México se trata de una nación con un gran parentesco cultural con respecto a los dos países mediterráneos que más se implicaron en el fenómeno. Sin embargo, este hecho sólo se daba en las co-producciones y en las realizaciones en las que Italia aportaba más capital. Porque en los casos en los que la producción era mayoritariamente o totalmente española, dado el carácter de la censura y la realidad política del régimen, todas las aportaciones transalpinas desaparecían dando paso a una perspectiva contraria.

**Palabras clave:** revolución mexicana, cine español, estética

**Abstract:** Over 1960-1980 Western Genre had a great success in European film industry. Producers tried to increase the number of films based on *The Far West* introducing new arguments, such as *The Mexican Revolution*, into the Spanish and Italian co-production system -although this sort of films is only well known as Italian (Spaguetti Western)-. However, Mexico offered a new political point of view for Italian progressive filmmakers. A field where they could show their ideology into commercial films without being subject of interest for the censor system. On the other hand, Spain had not the same creative conditions. Spanish filmmakers had to be limited to participate only in Italian films when they were released in foreign countries while these products were deeply cut and censored for Spanish viewers. Nevertheless, all that created a new kind of cinema: Western Films about *The Mexican Revolution* shot only by Spanish. A short of product always under the censorship suspicious eye which offered a point of view completely different from the Italian's.

**Keywords:** Politics, Spanish Cinema, Aesthetics

## Introducción

Este estudio pretende desarrollar de manera más amplia un grupo concreto de films que se desarrollaron a la vez que el resto de co-producciones europeas de género *western* entre 1960 y 1980. Unas cintas que, sin embargo, trabajaron otro contexto distinto al Oeste estadounidense, el de la revolución mexicana.

En principio, este tipo de largometrajes surgió gracias a los esfuerzos, en régimen de coproducción, de Italia y España (además de participar otras nacionalidades, aunque en menor medida). Es por ello que las primeras producciones, como *Viva María!* (Louis Malle, 1965) y *Django* (Sergio Corbucci, 1966) tardaron en aparecer, ya que fueron un intento de renovación de un modelo *western* que necesitaba buscar su propia personalidad. O lo que es lo mismo, alejarse del estilo imitativo de las primeras elaboraciones de la década sesenta. Consecuentemente, habría que esperar a la mitad de la década para percibir un reclamo artístico por parte de los creadores europeos, como bien llevó a cabo Sergio Leone en *Per un pugno di dollari* (*Por un puñado de dólares*, 1964).





Los films de Malle y Corbucci no estaban ambientados precisamente en México, sino en un país imaginario y en E.E.U.U., respectivamente. Pero tienen los dos el honor de ser las primeras cintas europeas en tratar la revolución dentro de sus argumentos. Más tarde, las coproducciones se lanzarían de manera clara a trabajar en base al contexto mexicano. Prueba de ello son trabajos como *¿Quién sabe? Yo soy la revolución / El chuncho* (Damiano Damiani, 1967), *Corri uomo corri* (*Corre, Cuchillo, corre*; Sergio Sollima, 1968), *Il mercenario* (*Salario para matar*, Sergio Corbucci, 1968) y *Tepepa* (Giulio Petroni, 1969). Sin embargo, en la década posterior, el *western* europeo en general cambió sobremanera. Las co-producciones se encontraron con que su repentino e inesperado éxito artístico y económico tenía fecha de caducidad.

A principios de la década de 1970 el *western* europeo comenzó a perder fuerza debido, en gran parte, a la repetición de los modelos que tanto éxito le habían proporcionado. Entre ellos, se encontraban las cintas enmarcadas en la revolución mexicana. Un subgénero que, precisamente, también sufrió las consecuencias de la desaparición del *western* en Europa. Pero este hecho no se produjo de repente, sino que el género mutó y sufrió adaptaciones narrativas para acercarse a otro tipo de cine, como el de artes marciales, el cómico o el policíaco.

Por otro lado, en un corto periodo de tiempo (entre 1969 y 1973), se establecieron las bases comunes para tratar la revolución mexicana. Es decir, se impulsó una manera europea de abordar este contexto, generando así un modelo propio que circularía entre lo grotesco y la comedia. Y es que, de entre los films que hemos comentado anteriormente, hubo uno que destacó por su pulso y carácter cinematográfico: *Salario para matar*. Un film que marcaría la naturaleza del *western* europeo preocupado por la revolución. Un hecho que no resulta para nada extraño, puesto que Sergio Corbucci se convertiría, con el paso del tiempo, en el realizador que más cintas ubicaría en este contexto histórico. Algo que se debe, en parte, a los éxitos que cosechó con sus cintas de la segunda mitad de la década sesenta, tanto con *Django* como con *Salario para matar*. Así que resulta lógico que su estilo marcara el camino de la década posterior.

De modo que la definición no llegaría hasta la aparición de los films de Corbucci, que, consecuentemente, hicieron que los productores se interesasen en repetir esa misma fórmula *western*. Una fórmula que generó títulos muy parecidos entre sí -a excepción de la realización casi contrarrevolucionaria de Sergio Leone, *Giù la testa* (*¡Agáchate, Maldito!*, 1971)- y que nos proporcionó grandes logros cinematográficos en el viejo continente, como *¡Vamos a matar, compañeros!* (*Los compañeros*, Sergio Corbucci, 1970), *Viva la muerte... tua!* (*¡Viva la muerte... tuya!*, Duccio Tessari, 1972) y *C'entriamo noi con la rivoluzione?* (*¿Qué nos importa la revolución?*, Sergio Corbucci, 1973).

Concretamente, esta especie de modelo instaurado por Corbucci se basó en unas características muy marcadas:

- a) El argumento se centraba en la relación entre dos personajes masculinos. Uno de ellos mexicano, de origen humilde y torpe, y otro extranjero, que intentaba sacar provecho del conflicto armado.
- b) La mujer poseía una personalidad claramente mediterránea y se nos presentaba como la imagen de la revolución, ponía de manifiesto la cultura tradicional (católica) del país y se constituía como la figura pasional.
- c) La revolución se presentaba como la figura de la mujer por antonomasia. Es decir, como la madre y amante que acoge en su seno a los desheredados.
- d) A pesar de ser el ejército el claro enemigo de la causa revolucionaria, existía una crítica clara a la tradición católica.
- e) No existía dramatismo visual. La acción y los actos revolucionarios (armados) acontecían de forma fortuita y cómica,

Ahora bien, este modelo funcionaba a la hora de trabajar en régimen de co-producción, ya que estas cintas se distribuían en diferentes países. Sin embargo, dentro del mercado español, sólo servían como producto a exportar. Y es que, dada la naturaleza del régimen, no eran aptas para su exhibición, porque el país estaba más adscrito a un tipo de producto cinematográfico más edulcorado y del gusto de la censura. De manera que el contenido crítico hacia el carácter conservador y el contexto progresista de la revolución mexicana no fueron bien acogidos. Así pues,

muchas de las cintas comentadas anteriormente no fueron estrenadas hasta décadas después en el país. Pero esto no quiere decir que no se trabajase la revolución mexicana en el cine *western* español. De hecho, al margen de las realizaciones internacionales, en la península se generaron títulos de producción exclusivamente nacional.

## El modelo español

¿Qué ocurrió entonces? ¿No se dieron las mismas características en las elaboraciones españolas? Obviamente, aquí, hay que comprender antes cómo evolucionó el cine del Oeste exclusivamente español antes de la llegada del contexto revolucionario. Es por ello que conviene aclarar que los primeros trabajos de cine patrio que trataron este género cinematográfico no eran cintas propiamente *western*, eran cintas influenciadas por el género a modo de caracterización pseudoespañola. Es decir, eran películas con protagonistas de origen californiano, o de otro estado con un pasado de tradición y cultura hispana, que bañaban el contexto y la caracterización histórica. Un tipo de cine *pre-western* que algunos han denominado “hispano” (G. Recacha, 2010). Como ejemplo, podemos citar los siguientes títulos: *El coyote* (1955), *La justicia del Coyote* (1955), *La venganza del Zorro* (1961) y *L'ombra di Zorro*<sup>1</sup> (*Cabalgando hacia la muerte*, 1962). Todas ellas dirigidas por Joaquín L. Romero Marchent y basadas en obras literarias de José Mallorquí.

Se trata de una corriente con unas características propias y reconocibles que definen un primer modelo del cine del Oeste patrio al que bien podríamos bautizar como “western hispano”.

Los (...) westerns antes mencionados (...) presentan dos rasgos fundamentales en común:

- 1- La intervención de José Mallorquí en el guión de los mismos (Bien directamente, firmando el propio libreto; bien indirectamente, como autor de la historia en la que se basa el argumento).
- 2- la referencia a la aportación española a la historia del Oeste como marco argumental donde se desarrolla la acción (G. Recacha, 2010).

Asimismo, el salto del “western hispano”, de herencia cultural, al de discurso imitativo se produjo mediante el cambio de una serie de valores en los argumentos: el espíritu caballeresco, la tradición histórica y la religión católica. Y es que fue cuando se empezaron a transformar estos temas cuando el cine *western* español se empezó a encaminar hacia la imitación norteamericana, con cintas como *Bienvenido, padre Murray* (Ramón Torrado, 1962), *El llanero* (Jesús Franco, 1963) o *Brandy* (José Luis Borau, 1964). Films donde se producía este paso intermedio en el que se cambiaba la exagerada “españolidad” del “western hispano” para asemejarlo un poco más al estadounidense.

De este modo, *El llanero*, aunque algunos no lo cataloguen como *western*, sitúa su trama en un país latinoamericano imaginario para pseudoperpetuar la imagen del Zorro. Y, en el caso de *Brandy*, se respeta la religión católica, pero se evita la herencia española como forma de justificarla. Así, parece existir, en estos films, una incipiente desvinculación del carácter hispano dentro del género. Y estos trabajos, precisamente, se acercaron, a medida que los productores se fueron dando cuenta del éxito económico, a un *western* imitativo capaz de competir económicamente gracias al apoyo del público en las salas. Aunque, claro está, como no todos se veían tentados por rodar un film que imitase al cien por cien el modelo norteamericano, este proceso de transformación se produjo lentamente.

En estos trabajos de principios de la década de 1960, se aprecia con total claridad el componente religioso. De hecho, en estos films de transición se aprecia la religiosidad hasta por la censura. Sin embargo, este factor siempre ha estado presente, pero siempre sin constituir el eje principal del argumento. En casi todos los films era un componente más de contexto y de forma a la hora de trabajar los personajes. Y es que, obviamente, esto era un punto muy arbitrario, ya que la forma de tratar el tema dependía de los creadores de un film en concreto y de la perspectiva censora. De ahí que *Bienvenido, padre Murray* (1962), dirigido por el socio de Eduardo Manzanos, Ramón Torrado, convirtiese al Oeste el argumento de su anterior trabajo, *Fray Escoba* (1961): una adaptación de la vida del religioso de color Fray Martín de Porres.

<sup>1</sup> El capital es en mayor parte italiano debido a la necesidad de cotizar en este país por el menor porcentaje exigido por hacienda.

A este respecto, ocurre que se dieron muchos films de corte ambiguo, porque la pequeña semilla que Romero Marchent y los productores Maesso y Manzanos propiciarían tardaría en dar su fruto. Por consiguiente, muchos productores se animaron, a tenor de la facilidad para contextualizar los argumentos (aún sin la infraestructura de Almería), a rodar *westerns* en zonas cercanas a Madrid, donde un simple cortijo con aspecto de rancho fronterizo serviría para rodar *Fuera de la ley* (León Klimovsky, 1963) o *El hombre de la diligencia* (José María Elorrieta, 1963). Ambas, producciones íntegramente nacionales, auspiciadas por COOPERATIVA CARTHAGO y PRODUCCIONES CINEMATOGRÁFICAS ALESANCO, respectivamente.

Llegados a este punto, cabe destacar que en esta época de transición del “*western* hispano”, los films se debatieron entre el camuflaje absoluto de su particularidad hispana, utilizando pseudónimos para hacerlos pasar como productos norteamericanos, y la creación de un *western* que reivindicase el papel español en la conquista del Oeste.

La infraestructura se afianzó durante los años finales de la década de 1960, cuando ya se había establecido el mercado internacional. Por lo que el poblado que Manzanos había construido años atrás en Hoyo de Manzanares ya no servía exclusivamente para rentabilizar sus producciones, sino que se alquilaba y se subarrendaba a otras productoras para obtener un mayor beneficio. Y todo ello, junto a al afianzamiento del paisaje almeriense, sirvió para anclar la industria europea que España siempre había visto con recelo por miedo a que fuese pasajera.

Por otra parte, entraron en juego nuevas piezas que también habían ayudado a consolidar la industria desde sus inicios. Mención especial merece, por ejemplo, PRODUCCIONES CINEMATOGRÁFICAS BALCÁZAR, que ya desde los años cincuenta venía trabajando en régimen de co-producción con Italia. Una productora que se puso en marcha gracias a la iniciativa de la familia Balcázar, y que fue impulsada en gran medida por uno de los hermanos, Alfonso Balcázar, y el dinero acumulado por el padre de los mismos en diversas actividades financieras. Una empresa que, curiosamente, fue capaz de producir 26 cintas en los ocho primeros meses de 1965.

La productora BALCÁZAR se fundó en el año 1951 en Barcelona, donde por aquel entonces la industria en la ciudad condal pertenecía casi exclusivamente a Ignacio F. Iquino<sup>2</sup>. No obstante, gracias a la creatividad de Alfonso y de Francisco Balcázar, pudieron producir una serie de películas, como *Catalina de Inglaterra* (Ruíz Castillo, 1951). Aunque su éxito se generó a partir de cuando se inició el sistema de co-producción con Italia para realizar cintas más enfocadas al mercado extranjero que al nacional, como es el caso de *La herida luminosa* (1956) y *La muralla* (1958), ambas basadas en obras teatrales<sup>3</sup>. Una época delicada porque aparecieron otros films, como *Contrabando* (1954), que se disfrazaron de co-producciones, pero que, sin embargo, no lo eran, ya que se trataban de un mero acuerdo para cubrir la producción en temas de logística y no permitir el trabajo del equipo español en ninguna materia.

A los productores franceses e italianos les interesaba mucho rodar en España porque les salía mucho más barato, con la ventaja de que disponían de un personal y medios técnicos que, aunque no estuvieran a la altura de los de su país, mantenían un nivel de profesionalidad más que suficiente. Por ello, la participación del coproductor español era con frecuencia puramente logística y el presupuesto que se declaraba totalmente ficticio; la administración seguía el juego y se dejaba engañar, aunque por supuesto haciendo unas contundentes rebajas. Toda esta maniobra, de todos modos, entrañaba sus dificultades: aparte del riesgo de que cayera una penalización por fraude (Algo que no pasó casi nunca), la reglamentación de co-producciones obligaba a fijar unas cuotas de personal nativo tanto delante como detrás de la cámara, y equilibrar las aportaciones locales con las foráneas era muy difícil. Al cabo, tanto el cine francés como el italiano tenían un mercado muy consolidado, con unos actores y directores que aseguraban la asistencia del público, mientras que a sus colegas españoles no los conocía nadie. La solución fue otra trampa: colocar testaferreros que acreditaban funciones que realmente no cumplían, y por eso es habitual encontrar en portadas españolas guionistas, operadores, escenógrafos o músicos que brillan por su ausencia en las versiones extranjeras (De España; Juan i Babet, 2005).

<sup>2</sup> Por medio de EMISORA FILMS, Ignacio F. Iquino y Francisco Ariza proveían de títulos nacionales a las distribuidoras norteamericanas que necesitaban de estos títulos para obtener los permisos de distribución.

<sup>3</sup> *La herida luminosa* es una adaptación de “*La ferida lluminosa*” de Josep Maria de Sagarra, y la segunda se adapta en base a la obra del mismo título de Joaquín Calvo Sotelo.

En 1959, Alfonso Balcázar se estrenó como director y se convirtió en el único director español que realizaba películas en un momento en el que, después de un breve estancamiento productivo a principios de la década sesenta, la productora volvió a resurgir. Y aquí es donde entra de nuevo en juego el género *western*, ya que el incendio que sufrieron los estudios *Orpheus* -uno de los mejor preparados de Barcelona y de los más utilizados por la productora- originó la creación de un poblado *western* llamado *Splugas City*. Un hecho que sucedió en Abril de 1964 y que nos lleva a entender la enorme iniciativa comercial que propició el género, que no se limitó a la primeriza actitud de Manzanos y Maesso. Y, como ya hemos mencionado, al igual que ocurriría con otros poblados, no se limitaría a ser el escenario de sus propias realizaciones. Así, este marco sería la localización principal de *Una pistola per Ringo* (*Una pistola para Ringo*, Duccio Tessari, 1964), formando parte de los inicios y de la explosión que acontecería en el género y, consecuentemente, de muchos *westerns* más.

## Discusión de casos concretos

Volviendo a la encrucijada del *euowestern* “revolucionario”, debemos atender a la aparición del tema de la revolución en el *western* español, sobre todo, gracias a la producción que Alfonso Balcázar consiguió llevar a cabo con la colaboración de la productora italiana ADELPHIA COMPAGNIA CINEMATOGRAFICA. Se trata de la cinta titulada *¡Viva Carrancho!* (*L'uomo che viene da Canyon City*, 1966). Un film que no aborda la revolución mexicana pero que trata una revuelta minera en la frontera estadounidense. Una rebelión llevada a cabo por unos trabajadores mexicanos (esclavizados) incentivados por un bandido, Carrancho, que, casualmente, se supone que había sido un antiguo general juarista.

Este film de los Balcázar se convierte en el primer exponente claro de la revolución en el *western* español, aunque muy bien camuflado, y enlaza perfectamente, por medio del guión italiano, con la revuelta popular del Coyote y las localizaciones fronterizas que desarrollaron en España el ambiente estadounidense. Es decir, entrelaza perfectamente la reivindicación nacional californiana, que se había adaptado para ensalzar la identidad española, con la la revuelta social en pro de la justicia revolucionaria. Pero, a pesar del componente mexicano y obrero, argumentalmente, la revolución no es política, la reivindicación se produce en contra del dueño de la mina. Es más, la revolución es incentivada por un bandido para acabar con otro peor que él. Por lo tanto, aquí, la lucha no es pura, se nos muestra corrupta. Y es que la justicia la encarna otro personaje en el film, que, precisamente, es estadounidense. Por lo que, en este film de Balcázar, es el ideal del *cowboy* el que encarna la bondad y el que recibe el beneplácito del espectador, no la lucha mexicana.

Por otra parte, no es de extrañar que, con esta versión (estadounidense<sup>4</sup>) de la lucha mexicana, no se construyese el subgénero de la revolución en un país en el que no estaba permitida la contracultura y la crítica al régimen. Sin embargo, más allá de la representación de la revolución, con sus variaciones y sus reconstrucciones argumentales, hay que fijarse en otras aportaciones. Una de ellas es la consolidación de Fernando Sancho como personaje del país norteamericano, ya que, dentro de su extensa filmografía en el género (desde sus inicios con Joaquín L. Romero Marchent), encarnó a toda la gama de personajes mexicanos posibles. Así, el mismo Carrancho sería recuperado por los Balcázar para *Judas... toma tus monedas* (*Attento gringo... é tornato Sabatta!*, 1972) e interpretaría a todo tipo de mexicanos en films como *Minnesota Clay* (Sergio Corbucci, 1966) y *Réquiem para un gringo* (*Requiem per un gringo*, José Luis Merino y Eugenio Martín, 1968), entre muchos otros.

Eugenio Martín, uno de los directores de *Réquiem para un gringo*, se constituiría como una de las figuras más importantes del género y el subgénero “revolucionario”, porque a él pertenece uno de los *westerns* españoles mejor valorados dentro de la historia del género en Europa, *The bounty*

<sup>4</sup> Es una visión muy parecida a la que Hollywood había ofrecido históricamente de la revolución en sus producciones. Una perspectiva en la que se presentaba México y los mexicanos como un país y un pueblo anárquicos incapaces de resolver sus propios problemas, que, cómo no, eran atajados y solucionados siempre por un estadounidense.

*killer* (*El precio de un hombre*, 1966). Un trabajo que supuso la incorporación al género del actor Tomás Milian, que más tarde se convertiría en uno de los actores más relevantes del *eurowestern* “revolucionario”.

*El precio de un hombre*, producido por Gutiérrez Maesso y su productora TECISA, se inició gracias a la compra de los derechos de la novela americana, “*Bounty killer*”, de Marvin H. Albert, después de que Duccio Tessari rechazase adaptar el guión (puesto que se encontraba colaborando con Sergio Leone para el rodaje de *Per un qualche dollaro in più* (*La muerte tenía un precio*, 1965). Como consecuencia, el texto fue escrito entre el propio Maesso, Eugenio Martín y James Donald Prindle (guionista norteamericano de segunda fila que residía en Madrid), y el film, finalmente, contó con la co-producción italiana. Concretamente, la de la mujer de Arrigo Colombo, que también era productora. Sin embargo, el trabajo, aún sin ser una copia italiana, mezclaba la perspectiva y el tratamiento clásico norteamericano con la nueva y fresca visión transalpina.

A mí me parece que en *El precio de un hombre* predomina la tradición americana. Por lo menos, eso fue lo que intenté yo. Porque una cosa es que el western tenga dureza, que eso lo tenían todos los americanos, porque América es un pueblo duro, y otra es que tengan cinismo, que eso lo introdujo Italia, que es un pueblo cínico. (Aguilar, C; Hass, A., 2008)

Pero lo realmente importante es cómo la crítica y el público compartieron el mismo entusiasmo respecto a este film, que otorgó a su director el premio a la dirección en los premios anuales del Sindicato Nacional del Espectáculo y la etiqueta de Interés Artístico Especial. Porque Eugenio Martín, al igual que José Luis Merino y José María Elorrieta, lejos de tener libertad creativa, formaba parte de una serie de creadores multigenéricos (que realizaban aventuras, *western* o terror) en una época en la que el trabajo era demandado por las necesidades de una industria que reclamaba máximo beneficio y mínimo coste. Un tipo de realizador que se curtió trabajando como director adjunto en las películas extranjeras que se rodaban en España, que, precisamente, le proporcionaron la oportunidad de trabajar con directores de renombre, como Robert Rowland o Nicholas Ray.

Ahora bien, habría que esperar a la década posterior para volver a ver a Martín a cargo de la realización de un *western* tras *El precio de un hombre* -dejando al margen su colaboración con Merino en *Réquiem para un gringo* (*Requiem per un gringo*, 1968)-. Un hecho que se daría gracias a la firma de un contrato para tres films con el productor y guionista Philip Yordan. Uno de los profesionales norteamericanos que se asentó en España con la llegada de Samuel Bronston.

Yordan fue un productor que, tras la salida de Bronston del país, creó su propia productora, SECURITY PICTURES, y poco a poco comenzó a interesarse por el género *western*. De modo que fue más tarde cuando, junto a Gregorio Sacristán y la productora ZURBANO FILMS, creó unos estudios de rodaje denominados Madrid 70 y un poblado del Oeste en Daganzo, junto a Alcalá de Henares. Pero poco después, Yordan, que solía trabajar con Bernard Gordon -un miembro de la “lista negra” del senador McCarthy que residía en España- le ofreció rodar tres películas a Martín. Unas producciones de calidad media (internacionalmente), pero que, para la calidad de la cinematografía española, suponían un gran salto de calidad. Así, para la realización de las cintas, el propio Martín se asoció a Bernard Gordon y juntos crearon una empresa al efecto: GRANADA FILMS.

Acepté prácticamente a ciegas, y le pregunté cuáles eran las historias. Y él me respondió “Eso es lo de menos. ¿Quieres trabajar conmigo o no?”. Acepté porque pagaba muy bien y pensando que un productor tan importante e interesante como Yordan no podía meterme en ningún desastre. Por lo cual, firmé. Luego resultó que el guión de la primera no existía, el de la segunda era muy malo y el de la tercera estaba definiéndose. (Aguilar, C; Hass, A., 2008)

Como resultado, surgieron los tres films que Eugenio Martín creó para Yordan: *Bad man's river* (*El hombre del río malo*, 1971), *Pancho Villa* (*El desafío de Pancho Villa*, 1971) y *Horror express* (*Pánico en el transiberiano*, 1972). De todos modos, hay que destacar que los dos primeros son *westerns* que abordan la revolución dentro de su trama argumental, y que el tercero, sin embargo, no pertenece al género. De hecho, se trata de una producción de terror que también contó con la

aportación fotográfica de Alejandro Ulloa. Pero ambos films, tanto *El hombre del río malo* como *El desafío de Pancho Villa*, tienen muchas cosas en común que los aleja del *western* predecesor de su autor, *El precio de un hombre*.

Para empezar, los dos trabajos tienen un tratamiento más clásico y norteamericano. Y no sólo en cuanto a infraestructura y producción se refiere, ya que, como hemos comentado, la iniciativa de Yordan y Gordon confería una proyección más internacional. Nos referimos a su composición visual, que se aleja bastante de la personalidad italiana. Y no es que se aleje del tratamiento picaresco y típicamente cómico, sino que lo hace del deseo personal de imprimir y experimentar cinematográficamente con una visión diferente a la americana.

Los dos films poseen un carácter cómico que trasciende la seriedad y el dramatismo. En *El hombre del río malo* el protagonista lo encarna Lee Van Cleef, pero su virtuosismo no es el estandarte clásico del heroísmo. De hecho, su habilidad inquebrantable, inteligente y vandálica corresponde más a la del *western* europeo. De esta manera, el film incorpora soluciones cómicas a situaciones violentas en las que los tiroteos y actos bélicos se resuelven con sarcasmo. Sin embargo, el peso dramático recae sobre el personaje de Alicia (Gina Lollobrigida), que es la que cambia la dirección de la trama y el devenir de los personajes a su antojo. Por lo tanto, a tenor del dibujo de los personajes, *El hombre del río malo* es un trabajo que se escribe en torno a la figura femenina. Un hecho que no es de extrañar, ya que, aun siendo Lee Van Cleef el protagonista y contando con la también presencia internacional de James Mason, ambos se constituyen como unos peleles que se casan con la misma mujer, Alicia, que consigue manejarlos como meros títeres para la obtención de dinero.

Asimismo, el personaje de Lee Van Cleef posee la prepotencia y la resolución para resolver todo tipo de situaciones violentas y comprometidas. Sin embargo, después del robo inicial del banco, su personaje es engañado y ridiculizado por Alicia. De este modo, para recuperar su prestigio y nivel de vida, se ve inmerso en la principal trama del film para robar una gran cantidad de dinero a la revolución. Y, aquí, el que se encarga de dirigir la misión es Paco Montero (James Mason), que, casualmente, es el nuevo marido de Alicia y también es ridiculizado por ella. Por lo que, con los dos personajes masculinos, queda perfectamente delineada la personalidad de Alicia.

Gina Lollobrigida interpreta a una mujer independiente que utiliza a sus maridos, o al sexo contrario en general, para manipularlos a su antojo sin preocuparse por el destino que les va a deparar. Como consecuencia, no existe una discusión ni un enfrentamiento entre Lee Van Cleef y James Mason por el amor de Alicia. Todo lo contrario, ambos son conscientes de la inutilidad de su matrimonio, y su devoción hacia ella desaparece a medida que se van dando cuenta de su forma de ser. Es más, una vez inmersos en el núcleo de la trama, tratan a Alicia con indiferencia y rechazo al ver su incesante coqueteo con los hombres. Así pues, Alicia no se convierte en el detonante del enfrentamiento entre estos dos personajes. De hecho, ni siquiera sufren viéndola seducir a otros hombres. Los dos asumen su personalidad y su forma de proceder como si de un enemigo se tratase. Por lo que Alicia encarna, con el permiso de Eduardo Fajardo (que interpreta al general Duarte), al villano del film. Es decir, ella es la que recibe el rechazo del espectador y la que se convierte en el antagonista.

En *El hombre del río malo* el bando revolucionario se constituye sólo en base a la figura de Enrique Fiero, que, además de ser un pésimo estratega y de ser ridiculizado y caricaturizado, viste con uniforme de general y proporciona a la revolución una imagen jerárquica y poco idealizada. Y es que Fiero no es más que el contrario de Duarte (Eduardo Fajardo). Por lo tanto, para denotar esta oposición, viste un uniforme oscuro (que es el uniforme del régimen de Madero) frente al color claro del ejército federal.<sup>5</sup>

Pero no acaba aquí la visión del bando revolucionario. Hay que observar que a los subleados se les uniformiza vistiendo de blanco y no se les proporciona protagonismo ante la cámara. Es decir, se les niega la personalidad. El bando revolucionario sólo tiene voz y presencia mediante la representación del general Fiero y su lugarteniente. Por consiguiente, al resto de revolucionarios se les representa como a una masa o un grupo, y, como tal, no tienen rostro. Solamente se le

---

<sup>5</sup> Obsérvese que en las otras películas estudiadas la revolución la encarna un bandido (más bien anárquico), no un general uniformado.

proporciona protagonismo a la única mujer que forma parte de la revolución: Conchita. Pero no sucede por su ardor revolucionario, sino por su oposición a la figura de Alicia. Y es que esta guerrillera se alza como la representación de la fidelidad y reitera el discurso de la mujer en el *western* europeo. Porque, junto con Alicia, representan entre las dos las formas clásicas de la mujer católica: la virginal y la pecadora.

Por otra parte, hay que fijarse que también se representa a la otra revolución, la corrupta, por medio del personaje de Canales (Aldo Sambrell). Y es que éste es el jefe de los sublevados mexicanos que trabajan al servicio del general federal Duarte. Un grupo de guerrilleros que se vende al mejor postor por las recompensas y no en base a los ideales que reivindica la lucha armada. De modo que se podría decir que este grupo no obtiene el beneplácito de ninguno de los demás bandos del film. Para la banda de Lee Van Cleef, se convierten en sus principales perseguidores, para el bando revolucionario, son unos traidores, y para el ejército federal, aún trabajando para ellos, siguen siendo una banda de ladrones. Así que no resulta extraño que el propio Duarte (Eduardo Fajardo) le diga precisamente a Canales: “No eres más que un bandido [...] Recuerda Canales, cuando la revolución termine haré lo posible por colgarte.”

Pero, para acabar con la filmografía *western* de Eugenio Martín, debemos atender a su film inmediatamente posterior, *Pancho Villa (El desafío de Pancho Villa, 1971)*. Un largometraje, precisamente, que tomaba como punto de partida para su argumento un hecho real que aconteció durante la revolución mexicana: la invasión por parte de Pancho Villa de una población estadounidense (Columbus).

El film surgió a raíz de unos contratos que Yordan tenía firmados con Telly Savalas, Chuck Connors, Clint Walker y Anne Francis. Y el guión fue escrito otra vez entre él y Eugenio Martín, aunque denotaba un mayor peso del americano, ya que éste intervino en mayor proporción con respecto al trabajo anterior.

Yordan no aportaba más que gags, o formas recurrentes de cerrar una escena, pero nunca material narrativo. Por ejemplo, a él se le ocurrió como justificar que Pancho Villa fuera calvo, dado que lo interpretaba Savalas, ingeniando que le cortan el pelo los americanos en la primera escena como humillación. Pero en aquel momento Yordan era incapaz de trazar una estructura y urdir una trama, puesto que para esto hay que trabajar y pensar, y a él ya sólo le interesaba el negocio. (Aguilar, C; Hass, A., 2008)

El argumento se basaba en la oposición de dos personas de carácter muy testarudo, Villa y el coronel que entró en México en busca de venganza (Wilcox). Por lo que la película gira en torno al dibujo que se hace, sobre todo, de la figura de Pancho Villa. De todos modos, aquí, se hace un retrato del revolucionario con un particular y personal sistema moral. Es decir, como el de un asesino implacable que no duda en disparar, tanto a sus parientes como a sus enemigos. Además, también se le presenta como un machista misógino y un activista contrario al clero. De hecho, elimina a varios de sus enemigos en la iglesia de la ciudad de Columbus y después del tiroteo mata al párroco. Un clérigo que le reprocha su actuación dentro de “La Casa de Dios” y al que contesta: “Usted debe conocer las mejores fondas de la ciudad ¿verdad Padre?”.

No obstante, Telly Savalas, con su interpretación de Pancho Villa, no pone en duda la actuación, la honestidad y el buen hacer de la revolución, sino que retrata a un personaje egocéntrico y orgulloso capaz de hacer lo que esté en su mano para lograr su objetivo. De este modo, la decisión de entrar en E.E.U.U. e invadir la ciudad de Columbus es fruto de su obsesión personal. Por lo tanto, todo el imaginario de personajes que el film coloca ante nosotros no sirve para desvirtuar o engrandecer la revolución. Los traidores, soldados federales, mujeres, chivatos, campesinos, insurgentes y extranjeros están colocados para dar forma a la personalidad de Pancho Villa. Un Villa que no interesa por su liderazgo, sino por su ego. De ahí que, quizás, atendiendo a nuestro estudio, a pesar de tratar la revolución en todo su esqueleto argumental, este film responda menos a las perspectivas europeas que se venían poniendo sobre la mesa entre 1960 y 1970.

Aquí, aparece de nuevo la dicotomía de la revolución (la del mexicano y la del estadounidense). En *El desafío de Pancho Villa*, la mano derecha de Villa es Scottie (interpretado por Clint Walker), un estadounidense experto en guerra táctica y muy hablidoso, que, además, es su hombre de

confianza. Lo que quiere decir que de nuevo se contraponen la habilidad del mexicano y la del extranjero. Pero no se hace de forma que sea el bandido e ignorante mexicano frente al habilidoso extranjero, como ocurría en Hollywood. En este trabajo de Eugenio Martín, lo que se contraponen es la testarudez y el ímpetu de Villa frente a la calma y sosegada reflexión de Scottie.

Consecuentemente, el film trata de dualidades enfrentadas, y no únicamente de la comentada entre Villa y Scottie. Otra de ellas es la que se produce frente a su principal opositor, el general Goyo, y frente al coronel Wilcox (que pasa a cubrir el puesto de Goyo tras su muerte). De ahí que el desenlace se resuelva con un choque entre dos trenes enfrentados por la dirección en el plano de encuadre: uno de derecha a izquierda y otro de izquierda a derecha. Una solución que sintetiza perfectamente la lucha entre los dos personajes.

Ahora bien, dejando aparte la filmografía de Eugenio Martín y profundizando más en la filmografía hispana que se centra en la revolución durante estos años de exaltación del género *western* en Europa, nos encontramos con trabajos difíciles de clasificar o complejos por su naturaleza. Es decir, nos enfrentamos muchas veces a trabajos que se acercan, o tocan el argumento, pero que no forman parte de una producción o perspectiva española. Y es que existen trabajos que no se corresponden a un régimen de co-producción europeo, o a un capital español, pero que merecen un mínimo de atención.

Correspondiendo a tal hecho, *La guerrillera de Villa* (1967), dirigida por Miguel Morayta (de nacionalidad española, aunque exiliado en México tras la guerra civil), se perfila como un film mexicano pero con una amplia aportación española (ya que se trata de una co-producción entre los dos países). De ahí que lo tomemos en consideración, pero siempre teniendo en cuenta, por otra parte, que Morayta era una de las piedras angulares del cine mexicano.

Así pues, este film de Morayta construye un entramado para el que la revolución es una excusa con la que desarrollar una lírica que nada tiene que ver con las elaboraciones visualmente propuestas por los directores anteriormente mencionados. Su tratamiento se conforma en base a los números musicales de la cantante y una cierta herencia del sainete y la cinematografía española, y el núcleo argumental no circula en torno al conflicto armado. Por lo que la revolución se convierte tan sólo en un contexto en el que enfrentar a los diferentes hombres que pretenden a Reyes Mendoza (Carmen Sevilla) -que no es más que una cantante española que se encuentra en el país norteamericano realizando una gira musical-.

El film se ubica en torno a la transición entre el gobierno de Francisco Madero y Venustiano Carranza, tras el asesinato del primero y el golpe de Victoriano Huerta. Aunque la visión del entramado político no hace excesos ni se posiciona en favor de una u otra doctrina política. Lo único que hace es utilizar el asesinato de Madero como detonante de la acción y del conflicto armado para introducir a la protagonista dentro del ambiente revolucionario. Sin embargo, como decimos, no para contrastar a la mujer frente a la revolución y la política, sino para enfrentarla a la masculinidad imperante en el ejército y en la guerra.

Por contra, este film ayuda a entender lo extensa y dilatada que resulta la visión española de la revolución, que, sin ir más lejos, proporcionaba una vertiente diferente con los trabajos que, como Morayta, ofrecían los exiliados españoles. Así, se dan casos excepcionales que aportan registros muy originales al fenómeno cinematográfico que nos ocupa.

*La guerrillera de Villa*, no obstante, a pesar de ser un film más mexicano que español, no se aleja demasiado de la imposición de la censura. Y es que, a causa de la realidad política y la naturaleza de la dictadura, el trabajo español debió limitarse sólo a poner parte del dinero de producción y a colaborar en los aspectos técnicos con otros países, sin poder asumir la responsabilidad total y la adjudicación de la elaboración de los trabajos. Y ello se aplica no sólo al *eurowestern* "revolucionario", sino a todo el género en su conjunto. Por lo tanto, las aportaciones ibéricas al género no pudieron constituir por sí mismas propuestas tan "revolucionarias" como las italianas.



## REFERENCIAS

- Aguilar, C. (1999). *Joaquín Luis Romero Marchet, la firmeza del profesional*. Almería: Diputación de Almería.
- (2009). *Sergio Leone*. Madrid: Cátedra.
- Aguilar, C. y Hass, A. (2008). *Eugenio Martín: un autor para todos los géneros*. Granada: Retro-back y Séptimo Vicio.
- Beyer, M. (2007). *Shooting (a) woman -Comparative study of gender roles in american and italian western movies*. Munich: Grin Verlag.
- Caparrós Masegosa, L., Fernández Mañas, I. y Soler Vizcaíno, J. (1997). *La producción cinematográfica en Almería (1951-1975)*. Almería: Instituto de Estudios Almerienses.
- Castro de Paz, J. L. y Pena Pérez, J. (2005). *Cine español. Otro trayecto histórico: Nuevos puntos de vista. Una aproximación sintética*. Valencia: Ediciones de la Filmoteca.
- C. Díaz Pérez, O., Gräfe, F. S.; Welle, F. (2010). *La Revolución mexicana en la literatura y el cine*. Frankfurt: Instituto Ibero-Americano.
- Clemente Fernández, M. D. (2009). *El héroe del western: América vista por sí misma*. Madrid: Editorial Complutense.
- Company, J., Mata, J.M. y Vanaclocha, J. (1974). *Cine español: cine de subgéneros*. Valencia: Fernando Torres.
- Curti, R. (2002). Pan y dinamita. *Eurowestern, Revista Nosferatu*, 41-42, pp. 53-61.
- De España, R. (2002). *Breve historia del western mediterráneo: la recreación europea de un mito*. Barcelona: Ediciones Plaza.
- De España, R. y Juan i Babot, S. (2005). *Balcázar producciones cinematográficas: más allá de Esplugas City*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la universitat de Barcelona.
- De Orellana, M. (2003). *El cine norteamericano de la revolución mejicana (1911-1917)*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Frayling, C. (2002). *Sergio Leone. Something to do with death*. Londres: T&B editores.
- (1998). *Spaguetti Westerns. Cowboys and europeans from Karl May to Sergio Leone*. Londres: I.B. Taurus.
- Freixas, R. y Bassa, J. (2002). Sergio Leone, el espectáculo sin límites. *Eurowestern, Revista Nosferatu* 41-42, pp. 129-142.
- García Riera, A. (1990). *Méjico visto por el cine extranjero*. Guadalajara, Méjico: Ediciones Era.
- Giusti, M. (2007). *Dizionario del western all italiana*. Milán: Mondadori.
- Gutiérrez Recacha, P. (2010). *Spanish western: El cine del Oeste como subgénero español (1954–1965)*. Valencia: Ediciones de la filmoteca.
- Márquez Úbeda, J. (2009). *Almería plató de cine: rodajes cinematográficos 1951-2008*. Almería: Diputación de Almería.
- Núñez Marqués, A. (2006). *Western a la europea: un plato que se sirve frío*. Madrid: Entrelíneas Editores.
- Urkijo, P. (2002). Joaquín L. Romero Marchent, la visión humanista. *Eurowestern, Revista Nosferatu*, 41-42, pp. 194-206.

## **SOBRE EL AUTOR**

***Marcos García-Ergüín Maza:*** Su trabajo se ha basado en la experimentación, el video-arte y la animación 3D. Licenciado en Bellas Artes y Doctor en Comunicación Social, se introdujo profesionalmente en el mundo del cine y la televisión como operador de cámara y editor. Todo ello compaginándolo con exposiciones fotográficas individuales y la realización de trabajos de animación digital, lo cual le permitió crear una pequeña productora de animación. Poco después, comenzó sus estudios y trabajo en Historia del Cine Español y sus géneros mediante una serie de becas de investigación y se incorporó a la docencia universitaria como profesor asociado en ESNE (Escuela Universitaria de Diseño e Innovación). Su campo de estudio son los géneros cinematográficos, el componente nacional y cultural que de ellos se desprende, el cartoon y la adaptación de los géneros de cine clásico a la animación.



# YouTube en la gestión de la comunicación de museos e instituciones culturales: propuesta para extrapolar un uso comunicacional de estas herramientas a pequeñas instituciones culturales

Georgina Marcelino Mercedes, Universidad Camilo José Cela, España

**Resumen:** YouTube sitio web para publicar y compartir videos se ha convertido en una plataforma fundamental de interactividad entre los usuarios en la era de internet, a la vez que en una potente herramienta de divulgación comercial para marcas, empresas e instituciones. Bajo la preeminencia de las redes sociales, el uso proliferado de smartphones y demás dispositivos móviles con cámaras de video integradas y capacidad de conexión a internet, así como el nacimiento en los últimos cinco años de nuevas redes sociales basadas en imágenes en movimiento como Vine o Instagram, se hace necesario más que nunca adoptar al video online como parte fundamental de una estrategia de comunicación efectiva. Analizamos las claves del uso de YouTube en la comunicación de Museos e Instituciones Culturales de gran envergadura, como parte importante de su estrategia de comunicación, para difundir material cultural e institucional, como herramienta de documentación de acceso público y como canal interactivo, con el fin de presentar una propuesta teórica extrapolable a instituciones culturales más pequeñas y de alcance local, considerando las posibilidades que ofrece YouTube como parte de un plan de comunicación adaptado a una nueva tipología de público cultural.

**Palabras clave:** youtube, museos, comunicación cultural, video

**Abstract:** YouTube is a web site to publish and share videos has become an important interaction platform between users in the Internet age, and simultaneously a powerful tool for brands, companies and institutions. We live in a new Social Era with the increasing use of smartphones and other mobile devices with integrated video cameras, and additionally the emergence in the last five years of new social networks based on moving images as Vine or Instagram, it is necessary more than ever to take in consideration the online video as a fundamental part of an effective communication strategy. We want to analyze the use of YouTube in Museums and cultural institutions as an important part of its communication strategy, such as documentation tool and as an interactive public access channel, in order to present our theoretical proposal of use of YouTube extrapolated to smaller cultural institutions, considering the possibilities offered by YouTube as part of a communication plan focused in a new kind of cultural visitors.

**Keywords:** YouTube, Museums, Cultural Communication, Video

## Introducción

YouTube es más que un portal de entretenimiento, ha trascendido además, como medio de comunicación de gran relevancia social, y no sólo por su alcance sino también por permitir la difusión de contenidos de forma libre, democrática y gratuita. Nos proponemos descubrir lo que distingue a YouTube de los medios de comunicación tradicionales y las características que le permiten sobresalir como herramienta audiovisual en línea superando a los tradicionales servicios de video bajo demanda.

El presente artículo explora en una primera fase los momentos más relevantes de la evolución y desarrollo del sitio web de vídeos en línea YouTube, el de mayor éxito en las últimas décadas, hoy en día, una plataforma clave de interactividad entre los usuarios en la era de internet y también una potente herramienta de divulgación comercial para marcas, empresas e instituciones.

Analizaremos cómo se ha integrado YouTube en la gestión de la comunicación de museos e instituciones culturales, como parte importante de su estrategia de comunicación en internet, como herramienta de documentación de acceso público y como canal interactivo.



Tras un vistazo inicial a los canales de YouTube de índole corporativa de varios museos de gran tamaño, distinguiremos las acciones más relevantes que estos realizan en YouTube para finalmente extraer un listado de puntos y acciones específicas que podrán ser puestas en práctica por instituciones culturales de menor envergadura o de carácter local, con el fin de presentar una propuesta teórica extrapolable a instituciones culturales, considerando las posibilidades que ofrece YouTube como parte de un plan de comunicación adaptado a una nueva tipología de público cultural.

Nuestra aportación final pasa a ser un breve apunte de recomendaciones que entendemos pueden enriquecer la estrategia de comunicación de instituciones culturales que están interesadas en aprovechar una herramienta como YouTube que es hoy es un elemento relevante entre las opciones de entretenimiento, información y educación de su público potencial.

## Qué es YouTube y cómo ha evolucionado su historia

Hasta hace unas décadas habíamos podido apreciar cómo la producción y realización de videos no profesionales a manos de individuos particulares se limitaba a los videos caseros de tema familiar, o al registro de algún acontecimiento de índole personal, una forma de inmortalizar momentos de gran importancia para este realizador amateur y su círculo cercano, sin embargo, como bien ha señalado Renó (2007), a partir del momento en que la tecnología ofreció nuevas herramientas de creación y edición a los usuarios, la producción de videos populares cobró una nueva fuerza, antes de esto la realización y la distribución de material audiovisual estaba en manos sólo de los profesionales.

El año 2005 marcó un antes y un después en la historia de la industria audiovisual cuando en febrero de ese mismo año surge de mano de tres antiguos empleados de Paypal: Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, el portal YouTube, (Lavado, 2010). YouTube es un sitio web de videos que permite a miles de millones de usuarios encontrar, ver y compartir videos originales, de forma gratuita. (YouTube, 2014)

Al 2005 podríamos considerarlo el año de la revolución del video, además del nacimiento de YouTube se suscitan otros acontecimientos relevantes en este campo; Yahoo Inc., lanza la primera versión de Yahoo Video y un servicio de videos musicales; las cadenas estadounidenses NBC y CNN incursionan en la transmisión de video y programas en tiempo real a través de la web, iTunes y AOL también ofrecerán video a partir de ese año, y es también a mediados de 2005 cuando como consecuencia de la popularización de los videos YouTube consigue la inyección de financiación que le permite duplicar el tráfico a 104 millones de páginas vistas (Polo Serrano, 2010), y este es sólo el primero de una serie de acontecimientos relevantes que convertirán a YouTube en el gran éxito de internet que es hoy en día. En 2006, YouTube es adquirido por Google por 1.650 millones de dólares, el equivalente a unos 1.300 millones de euros (El País, 2006), posteriormente, entre finales de 2009 y comienzos de 2010 YouTube rediseña su interfaz a una más intuitiva (Polo Serrano, 2010). Todo esto resulta en una serie de referencias que nos indican un monumental proceso de crecimiento en relativamente pocos años.

¿Por qué afirmamos con tanta seguridad que al hablar de YouTube hablamos de un portal de internet de gran éxito?, las estadísticas de YouTube (2014) nos ayudan a contestar esta pregunta, ya que, hoy en día más de mil millones de usuarios únicos visitan YouTube cada mes y está traducido a 61 idiomas. Sucesivamente, se ha convertido en el portal de videos más popular de la era de internet y el portal de internet más exitoso de la nueva generación, ganando el puesto del cuarto portal en línea con más tráfico en toda la historia de internet. (Cheng, Dale y Liu, 2007; Davidson et al., 2010), y todo esto que observamos ha sucedido en poco menos de una década.

El notable éxito y la popularización de YouTube lo ha llevado a transformarse en un sitio más social (Cheng, Dale, Liu. 2007), el usuario de YouTube puede comentar videos, calificarlos y compartirlos a través de redes sociales o en un mensaje de email. La capacidad, y diríamos, que incluso la intención de los usuarios de compartir videos de YouTube con otros en sus círculos sociales sugiere que el uso social de YouTube está influido por la interacción interpersonal del usuario con otros. (Haridakis y Hanson, 2009), es una herramienta en línea que como muchas otras de la nueva web social se retroalimenta de las interacciones sociales entre los individuos fuera de línea.

El estudio investigativo que hicieran Cheng, Daley Liu (2007) determinó que música, entretenimiento y comedia son las tres categorías más representativas en las que se engloban los videos alojados en YouTube, podríamos incluso afirmar que son categorías de alguna manera relacionadas con gustos personales, que si bien, pueden disfrutarse en solitario, también cumplen con condiciones psicológicas y sociales para poder compartirse o ser compartidos. Otra particularidad que extraemos de las estadísticas publicadas por el propio portal es que al día de hoy alrededor del 40% del tiempo total de visualización de YouTube procede de dispositivos móviles (YouTube, 2014), hablamos claramente de un portal que no sólo ha nacido en la denominada «segunda ola de internet», sino, que además ha conseguido adaptarse a cada una de las nuevas fases de comportamiento e interacción que han se han originado con ésta, como por ejemplo, la proliferación del uso de teléfonos inteligentes y otros dispositivos móviles con conexión a internet.

Quizás, quien no sea usuario o visitante activo del portal YouTube podría no entender qué es lo que impulsa a los usuarios de este sitio a ver videos que en muchas ocasiones figuran con baja calidad audiovisual, reconocemos que, en términos generales, la utilidad y legitimidad de un medio de comunicación se evaluaría de acuerdo a la calidad de la información que este proporcione, pero, resulta algo distinto en el caso de YouTube, ¿por qué?, lo que sucede es que estos videos sirven a funciones sociales que no están necesariamente pareadas con su estética o nivel técnico (Lange, 2008); los usuarios que accedemos a los videos publicados en YouTube buscamos entretenernos, informarnos, divertirnos, culturizarnos o incluso estremecernos sentimentalmente, perseguimos un beneficio específico relacionado a la temática de estos videos y evaluamos los mismos en torno a cómo cumplen su cometido dejando sus especificaciones técnicas en un segundo plano.

YouTube también ha representado un cambio importante en la democratización de la información, antes de YouTube los productos culturales audiovisuales que ofrecía internet eran elitistas o filtrados por la élite, (Renó, 2007), era este grupo sociocultural el que de alguna manera decidía qué material audiovisual era apto para el consumo. YouTube, no distingue las clases sociales, en un espacio abierto donde podemos elegir libremente lo que consumimos, y más interesante aún, nos permite difundir material original que pueda ser consumido por otros receptores.

Uno de los más poderosos subproductos del uso de las tecnologías y las redes sociales es la creación de una narrativa personal que a su vez promueve determinados estilos de aprendizaje, Greenfield (2008); ésta afirmación sitúa a YouTube como una poderosa herramienta educativa, gracias a sus características de uso que permiten al usuario particular ser creador de su propio contenido y retransmisor del contenido creado por otros.

Todo esto que describe a YouTube y que ha ido conformando su historia desde su lanzamiento en 2005 nos interesa en términos generales al examinar la participación de la tecnología y los medios sociales de internet de la manera cómo ha ido evolucionado la comunicación hacia el usuario por parte de marcas, empresas e instituciones, así como también, su papel en la comunicación cultural actual, siendo éste nuestro campo de estudio e interés profesional.

## **Perspectivas**

### ***YouTube como medio de comunicación de la nueva era y elemento clave en la comunicación de marcas, empresas e instituciones***

Desde que aparecieron las primeras plataformas de video en línea, mucho se ha especulado sobre los cambios que estos impulsarían en la industria del entretenimiento y la comunicación de masas, sin embargo, la predicción de que YouTube y medios similares remplazarían la televisión es ya cosa del pasado; YouTube no es televisión, representa un nuevo y revolucionario medio, uno participativo y democrático, una ruptura en el modelo tradicional de negocios de los medios y el nacimiento de un nuevo poder (Gehl, 2009; Burgess y Green, 2009). Lo cierto es que YouTube como medio es absolutamente revolucionario, no es una emisora, o un medio de comunicación manejado por el gobierno o el sector privado, en YouTube cualquier usuario convencional puede subir un video y esto le convierte en un medio de comunicación totalmente democrático.

Otra de las características que refleja esta democratización es la libre selección de los contenidos que el usuario desea consumir, de hecho, YouTube marca y distingue claramente algunos videos con etiquetas como “vistos ahora mismo” o “video promocional” y el consumidor puede elegir si visualizar o no estos videos destacados con pleno conocimiento y consciencia del motivo por el cual aparecen destacados en el portal.

YouTube es la mejor ejemplificación del ambiente que han credo los medios sociales de internet, un ambiente en el que cualquiera puede hacer las dos funciones; consumidor y proveedor (Haridakis y Hanson, 2009), por ello, tal y como se aprecia en otros medios sociales de internet, las empresas deben crear estrategias específicas para darse a conocer en este medio conforme a la naturaleza democrática del mismo. Tomemos en cuenta que YouTube aloja una gran cantidad de contenidos, y mientras algunos trascienden la brecha viral y llegan a ser incluso compartidos en redes sociales, otros pasan prácticamente desapercibidos. No es nada sencillo, por tanto, destacar en YouTube (Lavado, 2010).

YouTube es una herramienta interesante para las empresas a nivel de comunicación, pero para conseguir el éxito con ella han de conocerla a fondo, además, la popularidad que consigue alcanzar un contenido en este nuevo medio no responderá únicamente a razones estéticas, y por tanto es más complicado predecir un resultado exitoso conforme a estos términos, como enfatizan Zink et al. (2009), en los servicios VoD, «Video bajo Demanda», la calidad de producción de los video está relativamente controlada y esto de cierta manera permite controlar también la popularidad de los mismos, en cambio en YouTube no es así, cualquiera puede subir un video a YouTube, por tanto la calidad de estos videos varía y en consecuencia el predecir cuál será su popularidad.

YouTube ha publicado su propia lista de recomendaciones para conseguir el objetivo de «enganchar» al espectador, tomando como punto de partida el hecho de que es en los primeros segundos de reproducción del video cuando el espectador toma la decisión de si seguirá visualizándolo o no. Algunas de las recomendaciones más destacadas de YouTube (2014) para las empresas son: dirigirse a la audiencia de inmediato, describir durante los primeros segundos lo que va a verse en el video, decir cosas que despierten la curiosidad, o incluso partir desde una o varias preguntas.

El portal es utilizado por las empresas como una herramienta de marketing potente, de hecho, Google Inc., empresa propietaria de YouTube en la actualidad, ha publicado: «*Grow your business with YouTube a step-by-step guide*» (YouTube, 2012) una guía de uso para el marketing, en la que se clasifican los tres tipos de videos publicitarios que funcionan de forma óptima en la plataforma; informativos, educativos y de venta.

Red Bull y GoPro son dos marcas que han logrado resultados sorprendentes en el uso de YouTube como parte de su comunicación y herramienta clave para la ejecución de su estrategia de marketing de contenidos (Swallow, 2012; Ratcliff, 2014), el punto fuerte de su comunicación en línea es el video, pero además, ambas sobresalen positivamente en redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram.

Otras marcas con una sobresaliente estrategia de comunicación y participación en YouTube, tanto por su trayectoria como por sus resultados durante el presente año 2014 son: Fiat, PlayStation, Home Depot y Pepsi (Houghteling, 2014), todas se distinguen por la originalidad del contenido que publican en sus respectivos canales de YouTube y a la vez por conseguir que este contenido sea relevante a su público objetivo.

### ***Uso de YouTube en la comunicación cultural y de los museos***

Nuestra base de interés para realizar este análisis de YouTube y su uso, es identificar y reconocer cómo lo han aprovechado las instituciones culturales para integrarlo como herramienta de comunicación con los públicos, partiendo sobre todo de la efectividad comprobada del portal de videos al momento de promocionar bienes de consumo.

El fenómeno de la comunicación participativa que ha traído consigo la web 2.0 no se limita sólo al contexto de los negocios. Los museos y otras las instituciones culturales dependen cada vez más de estos medios de comunicación social para cumplir sus objetivos (Pallud, 2014), pues, aunque la comunicación cultural tiene sus características particulares, busca las fórmulas para integrarse con sus públicos en espacios ajenos a la estructura museística, siendo el de mayor interés reciente su espacio virtual en internet.

Según la definición oficial del ICOM, Consejo Internacional de los Museos, un museo es “una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público” (ICOM, 2012), partiendo de este punto, se hace lógico que los museos en lo que se refiere a la comunicación con los públicos vayan a ritmo del lenguaje actual de la sociedad a la que pretenden servir, por tanto, entendemos, es vital la integración, conocimiento y adaptación a fenómenos sociales como los de las nuevas redes de la Web 2.0.

YouTube se integra a la perfección en los museos no sólo como herramienta de comunicación, sino además, como elemento de archivo y consulta. Para Gehl (2009) la propia estructura de YouTube lo convierte en una especie de «*Wunderkammer*», una caja de maravillas, sosteniendo la idea de YouTube como un gran archivo que debe ser aprovechado como tal.

En YouTube puede ser más atractivo un contenido creado por los usuarios que el creado por el propio museo (Bernstein apud. Kidd, 2011), esto amplía las posibilidades para la comunicación cultural y la diversidad de acciones que puede ejecutar un museo o institución cultural a partir de esta premisa. Capacitar a las personas para crear y compartir sus narraciones fomenta una mayor participación en la comunidad del museo y ayuda a que los profesionales de los museos puedan continuar creativamente su trabajo (Greenfield, 2008), es decir, si vemos a YouTube como una herramienta para la construcción de narrativas personales a partir de relatos de la experiencia del usuario estamos ante la posibilidad de crear, en nuestra opinión profesional, un gran archivo de experiencias en estas instituciones, experiencias que sean una invitación en movimiento para conocer las piezas y obras que se exhiben en las instituciones.

Estamos de acuerdo con la afirmación que hiciera el año pasado la Red Canadiense de Información del Patrimonio (2013) tras integrarse la mayor parte de los museos de la red a YouTube, cuando confirmaba a YouTube como una magnífica herramienta para los museos pequeños.

Hay diversos ejemplos de museos actuales que se han apoyado en YouTube como herramienta museística y de contacto con el público, uno que nos parece muy interesante es el caso del Museo de Arte Moderno de Nueva York (MoMA) que presentó en 2006 una experiencia en colaboración con «*The Residents*<sup>1</sup>» un grupo musical y de artes visuales de sonada trayectoria, la experiencia partía de una serie de videos basados en imágenes y un audio creados por el grupo que se publicaron en YouTube en una especie de exposición virtual donde la usuarios seleccionaban los mejores videos a través de opiniones y votaciones (Lavallee, 2006), el proyecto se llamó «*River of Crime Community Art Project*», y en cierta medida los usuarios ejercían como curadores para la muestra.

El Museo de Arte Contemporáneo de Los Ángeles (MOCA) presentó en 2013 la campaña «*Art is for You*<sup>2</sup>», consistente en la colocación de una cabina, que grababa un video de visitantes al museo mientras contestaban preguntas relacionadas con su experiencia con el arte contemporáneo, por ejemplo «¿Qué es para ti el arte contemporáneo?», el video se grababa en la propia cabina y se empezaba a rodar a partir del momento en que los visitantes tocaban la pantalla de la misma, siguiendo una indicación sencilla, el objetivo principal era captar a la audiencia que participa activamente en la cultura visual contemporánea hoy en día (The Museum of Contemporary Art, Los Angeles, 2013).

## Contribución y conclusiones

### ***Propuesta de recomendaciones del uso de YouTube basadas en su uso por parte de museos de gran envergadura extrapolables a Pequeñas Instituciones Culturales***

Nos ha parecido interesante enumerar en forma de contribuciones las conclusiones de nuestro análisis y que a la vez puedan convertirse en una única propuesta de recomendaciones extrapolables a Pequeñas Instituciones Culturales.

Tras repasar nuestro estudio y análisis de diversos escritos y artículos relacionados con YouTube, así como también los perfiles de algunos de los museos de mayor envergadura a nivel mundial y teniendo como base nuestra propia relación profesional e investigativa con el tema de la comunicación museística, presentamos la siguiente propuesta con miras a que estas recomendaciones puedan

<sup>1</sup> Accesible en The Residents - MoMA: <https://www.youtube.com/user/theresidentsmoma>

<sup>2</sup> Art is for You – MOCAtv <https://www.youtube.com/watch?v=RyevOfU838s>



ser tomadas como punto de partida para la mejora de la comunicación a través de herramientas como YouTube o similares.

Al visitar los canales de YouTube de algunos museos de gran envergadura que mantienen una estrategia definida en redes sociales: Museo de Arte Moderno de Nueva York, MoMA: [www.YouTube.com/MoMAvideos], el Museo de Arte Contemporáneo de Los Ángeles, MOCA: [www.YouTube.com/MOCATV], Museo de Arte Metropolitano de Nueva York: [www.YouTube.com/metmuseum], se distingue que estos museos de arte moderno y contemporáneo son instituciones que por la temática de sus colecciones pueden encajar herramientas modernas obteniendo de estas el máximo provecho, otros museos de arte clásico como el Museo del Louvre y el Museo Británico de Londres también han incorporado el video online como medio adicional de comunicación, pero desde una perspectiva distinta y más acorde a sus respectivas líneas de comunicación, por ejemplo, el Museo Británico posee un canal específico con videos incrustados en la propia página web del museo (Patronato del Museo Británico, 2014), estos videos pueden compararse en redes sociales pero no se encuentran oficialmente publicados en ninguna. A todo esto podríamos afirmar que son los museos de temáticas contemporáneas los que presentan un mayor interés en poseer un canal específico en YouTube.

Para el presente análisis, también hemos considerado algunos museos de España, país en el cual practicamos nuestra labor investigadora. Para los españoles, YouTube es la plataforma de video online más conocida y también la más utilizada (IAB, 2014), por ello es que también nos ha resultado interesante observar los perfiles de las instituciones museísticas españolas que participan activamente en YouTube como son el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, MACBA: [www.YouTube.com/MACBAwebmaster]; Museo Guggenheim de Bilbao: [www.YouTube.com/guggenheimbilbao2009] y el Museo del Prado: [www.YouTube.com/museodelprado], este último es un buen ejemplo de museo de arte clásico que se ha integrado a YouTube manejando sus propios lenguajes.

A partir de las características y estrategias más interesantes usadas por estos museos en sus respectivos Canales de YouTube, planteamos la siguiente lista de recomendaciones de uso de YouTube dirigidas a museos e instituciones culturales de menor envergadura y/o carácter local:

Entrevistas: un recurso interesante que encontramos en varios de los canales de YouTube a los que hacemos referencia son las entrevistas, museos como el MOMA, o el Museo del Prado, utilizan las entrevistas como contenido audiovisual habitual; el Museo del Prado tiene, por ejemplo, una serie de videos llamada «Otros ojos para ver el Prado»<sup>3</sup>, donde los conservadores del museo exponen detalles acerca de las obras más emblemáticas de éste. Por otro lado, tenemos a los artistas, el canal de YouTube del MACBA presenta una lista de reproducción denominada «Fons de documentació audiovisual»<sup>4</sup>, donde son los propios artistas contemporáneos quienes comentan su proceso creativo. Consideramos que una institución de menor tamaño y con menos recursos podría también integrar las entrevistas en su canal de YouTube presentando a artistas, curadores, museógrafos u otros intervinientes de su acción cultural, además, no necesitaría de grandes y costosos recursos para producirlas.

Video-Presentaciones: una presentación en video de una muestra o exposición, es también un recurso práctico para presentar las actividades futuras o actuales del museo, y el nivel de producción podría adaptarse al nivel de presupuesto de la institución. Una de las ventajas que apreciamos en este recurso en particular es que una presentación en formato video de una actividad es algo que los usuarios se interesarían en compartir con otros usuarios, el Museo Guggenheim Bilbao publica una video-presentación de cada exposición nueva, como ejemplo de la repercusión que consigue una publicación de estas características nos encontramos con el video «El arte de nuestro tiempo. Obras maestras de las Colecciones Guggenheim», este video consiguió 321.791 visualizaciones en las primeras tres semanas de su publicación en el canal de YouTube del museo. Nuestra recomenda-

<sup>3</sup> Otros ojos para ver el Prado. Introducción. Accesible en: <http://www.youtube.com/watch?v=RdMUZczL83Y&list=PL29B276D7FEED7241>

<sup>4</sup> Fons de documentació audiovisual, accesible en: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLBC9244AB40164A40>

ción para una institución que no disponga de los recursos audiovisuales de los que disponen los grandes museos, es optar por un video de producción simple basado en imágenes y textos.

Documentar los procesos: pueden presentarse imágenes al público del montaje de la exposición o la restauración de una pieza; algo interesante presenta en su canal de YouTube el Museo de Arte Metropolitano de Nueva York donde se han publicado series de videos que explican paso a paso el proceso de la restauración de una pieza de mano de los propios restauradores «*The Conservation of Tullio Lombardo's Adam*<sup>5</sup>», es el ejemplo más reciente de este tipo de práctica que es a nuestro parecer un recurso social de interés para las instituciones que poseen su propio departamento de restauración, conservación o archivo.

Listas de reproducción temáticas: una acción que han llevado a cabo algunos museos, como ejemplo el MOCA, es incluir listas temáticas para distribuir sus contenidos de una manera que resulta más atractiva para el usuario, el MOCA incluye en su canal listas que relacionan al arte contemporáneo con otras manifestaciones, apoyándose en nombres como «*art + music*», arte y música o «*art + comedy*», arte y comedia.

Varios canales: un museo puede tener más de un canal oficial en YouTube, manteniendo un canal principal y otros tantos que abarquen otras temáticas, como en el caso del Smithsonian que posee un listado con más de 30 canales de YouTube del propio Smithsonian e instituciones relacionadas (Smithsonian, 2014).

Conexión a internet *wi-fi* gratuita: consideramos que la posibilidad de conectarse gratuitamente a internet desde las instalaciones y salas de exposiciones facilitará a los usuarios compartir al momento su experiencia en las instalaciones.

Otras redes: todos los museos que hemos observado poseen presencia activa en otras redes en las cuales hacen uso del mismo tono de comunicación y lenguaje estético que en su canal de YouTube, algunos canales poseen incluso enlaces a las otras redes y viceversa.

Todas estas recomendaciones que exponemos parten de elementos que han funcionado o están funcionando actualmente en la comunicación de los grandes museos del mundo y que pueden representar para otros museos e instituciones culturales un giro interesante en la búsqueda de la interacción y el acercamiento a los públicos.

---

<sup>5</sup> After the Fall: The Conservation of Tullio Lombardo's "Adam": <http://www.youtube.com/watch?v=3oznnP6SkSc&list=PL8HAKqKX065DK2y0T3LGvOPICYtkMmpHv>

## REFERENCIAS

- Baluja, S., Seth, R., Sivakumar, D., Jing, Y., Yagnik, J., Kumar, S., Ravichandran, D., Aly, M. (2008). Video Suggestion and Discovery for YouTube: Taking Random Walks Through the View Graph. *Proceeding of the 17th international conference on World Wide Web* (pp. 895-904). New York: ACM.
- Burgess, J. y Green, J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Estados Unidos de América: Polity Press
- Camacho, J. y Jorge Alonso, A. (2010). La baja interacción del espectador de videos en Internet: caso YouTube España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, pp. 421-435. Recuperado en [http://www.revistalatinacs.org/10/art3/910\\_Malaga/32\\_Gallardo.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art3/910_Malaga/32_Gallardo.html)
- Cheng, X.; Dale, C. y Liu, J. (2007). Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: YouTube as a Case Study. Cornell University Library. Consultado 1 10 de noviembre de 2014 en <http://arxiv.org/abs/0707.3670v1>
- Davidson, J., Liebold, B., Liu, J., Nandy, P. y Van Vleet, T. (2010). The YouTube Video Recommendation System. *Proceedings of the fourth ACM conference on Recommender systems* (pp. 293-296). New York: ACM.
- El País. (2006). Google compra la web YouTube por 1.300 millones. [tecnologia.elpais.com] consultado el día 17 de noviembre de 2014 en: [http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2006/10/10/actualidad/1160468878\\_850215.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2006/10/10/actualidad/1160468878_850215.html)
- Gehl, R. (2009). YouTube as archive: Who will curate this digital Wunderkammer? *International Journal of Cultural Studies* 2009, 12, p. 43.
- Greenfield, D., YouTube To MuseTube - Now We Have Web 2.0 Tools, How Do We Use Them? in J. Trant and D. Bearman (eds.). *Museums and the Web 2008: Proceedings*, Toronto: Archives & Museum Informatics. Published March 31, 2008. Consulted November 14, 2014. <http://www.archimuse.com/mw2008/papers/greenfield/greenfield.html>
- Haridakis, P. y Hanson, G. (2009). Social Interaction and Co-Viewing with YouTube: Blending Mass Communication Reception and Social Connection. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(02), pp. 317-335.
- Houghteling, N. (2014). 5 Brands to Emulate on YouTube. [mashable.com], consultado el 10 de noviembre de 2014 en <http://mashable.com/2014/05/29/YouTube-brand-content/>
- IAB Spain. (2014). II Estudio Anual IAB Spain TV Conectada y Vídeo Online. [iabspain.net] consultado 1 10 de noviembre de 2014 en: <http://www.iabspain.net/investigacion/>
- ICOM. (2012). Definición del Museo. [icom.museum]. consultado el día 17 de noviembre de 2014 en: <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/>
- Kidd, J. 2011. Enacting Engagement Online: Framing social media use for the Museum. *Information, Technology and People*, 24(1), pp. 64-77.
- Lange, P. (2008). Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(2008), pp. 361-380.
- Lavado, A. (2010). El consumo de YouTube en España. *Global Media Journal México*, 7(14), pp. 76-92.
- Lavallee, A. (2006). Museums try YouTube, Flickr to find new works for the walls. *The Wall Street Journal Online*. [online.wsj.com]. Consultado el 13 de octubre de 2014 en: [http://online.wsj.com/article\\_email/article\\_print/SB116040543414086891-1MyQjAxMDE2NjEwMzQxMDM1Wj.html](http://online.wsj.com/article_email/article_print/SB116040543414086891-1MyQjAxMDE2NjEwMzQxMDM1Wj.html)
- Pallud, J. (2014). How Web 2.0 Tools Impact The Museum-Visitor Relationship. *Kit Scientific Publishing*, 01(01), pp. 91-101.
- Patronato del Museo Británico. (2014). The British Museum Channel. [britishmuseum.org] consultado el día 23 de octubre de 2014 en: <http://www.britishmuseum.org/channel.aspx>
- Polo Serrano, D. (2010). La popularización del vídeo en internet. Del videoclub a YouTube en HTML-5. *Razón y Palabra*, 15. Consultado el 22 de noviembre de 2014, URL: en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514906032>

- Ratcliff, C. (2014). Red Bull vs GoPro: taking content marketing to the extreme. [econsultancy.com]. Consultado el día 13 de octubre de 2014 en: <https://econsultancy.com/blog/65416-red-bull-vs-gopro-taking-content-marketing-to-the-extreme>
- Red Canadiense de Información del Patrimonio. (2013). Resources for Social Media in Museums. [rcip-chin.gc.ca] Consultado el 16 de septiembre de 2014 en: <http://www.rcip-chin.gc.ca/sgc-cms/nouvelles-news/anglais-english/?p=7094>
- Renó, D. (2007). YouTube, el mediador de la cultura puar en el ciberespacio. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el 11 de noviembre de 2014 de: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis\\_Reno.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm)
- Smithsonian. (2014). Smithsonian Channels. [si.edu] consultado el 20 de octubre d 2014 en: <http://www.si.edu/Connect/YouTube#SocialMedia>
- Swallow, E. (2012). How Red Bull's Content Strategy Got Its Wings. [contently.com]. consultado el 13 de septiembre de 2014 en: <http://contently.com/strategist/2012/01/24/red-bull-media-house/>
- The Museum of Contemporary Art, Los Angeles. (2013). Art is for you. [moca.org/artisforyou]. Consultado el 12 de octubre de 2014 en: <http://sites.moca.org/artisforyou/>
- YouTube. (2012). Grow your business with YouTube. A Step-by-Step Guide. [static.googleusercontent.com]. Consultado el 10 de noviembre de 2014 en <http://static.googleusercontent.com/media/www.YouTube.com/es//yt/advertise/medias/pdfs/advertiser-playbook-en.pdf>
- (2014). Acerca de YouTube. [YouTube.com] consultado el día 17 de noviembre de 2014 en: <https://www.YouTube.com/yt/about/es/>
- (2014). Estadísticas. [YouTube.com] consultado el día 17 de noviembre de 2014 en: <https://www.YouTube.com/yt/press/es/statistics.html>
- Zink, M., Suh, K., Gu, Y. y Kurose, J. (2009). Characteristics of YouTube network traffic at a campus network – Measurements, models and implications. *Computer Networks*, 53, pp. 501- 504.

## SOBRE LA AUTORA

**Georgina Marcelino Mercedes:** Georgina Marcelino es Licenciada en Publicidad por la Universidad Autónoma de Santo Domingo (República Dominicana) y Máster en Publicidad de la Universidad Antonio de Nebrija (España). Actualmente, elabora una tesis doctoral en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Camilo José Cela (España) donde investiga sobre gestión cultural y comunicación en medios digitales. Es Artista Visual por la Escuela Nacional de Artes Visuales de República Dominicana y Creativo-fundadora en la agencia de publicidad Green Thinking.



# Os dispositivos cinematográficos no filme Cidade de Deus

Lilian Fontes Moreira, Universidade Federal do Rio de Janeiro/ Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

**Resumo:** Com a preocupação de pensar a cultura atual, as práticas comunicacionais, a incidência da interferência da imagem na produção de novas formas de saber tentaremos abordar neste trabalho a relação da imagem como dispositivo cinematográfico e seus aspectos conceituais, históricos e técnicos para examinar a sua atuação como narração. Numa era em que se constata que as imagens intervêm na consciência e na representação contemporâneas e, portanto, vêm se impondo como um dispositivo importante na revelação de realidades e na construção do imaginário social, o presente artigo visa analisar o filme brasileiro *Cidade de Deus*, realizado pelo diretor Fernando Meirelles, em 2002, considerado um marco no cinema brasileiro do período, pela ousadia da linguagem utilizada para converter em imagens a história de gangues violentas em disputa pelo controle do tráfico de drogas em uma comunidade da cidade do Rio de Janeiro. Tentaremos, então, identificar as técnicas usadas pela câmera como dispositivos capazes de criar os efeitos necessários para imergir o espectador na narrativa do filme.

**Palavras-chave:** imagem, mídias audiovisuais, dispositivo cinematográfico, séries televisivas

**Abstract:** In order to think the current culture, the communication practices, the incidence of interference image in the production of new types of knowledge, in this paper we will approach the relationship between image as cinematic apparatus and its conceptual, historical and technical aspects to analyze its performance as narration. In an era in which it appears that the images intervenes in consciousness and in the contemporary representation and thus is becoming an important device in the revelation of realities and the construction of the social imaginary, the present work analyzes the Brazilian film *City of God*, conducted by director Fernando Meirelles, in 2002, considered a landmark in Brazilian cinema of the period, by the boldness of the language used to convert to images the history of violent gangs fighting over the control of drug trafficking in a community of the city of Rio de Janeiro. We will try, then, to identify the techniques used by the camera as devices able to create the effects needed to immerse the viewer in the narrative of the film.

**Keywords:** Image, Audiovisual Media, Cinematic Apparatus, Television Series

## Introdução

Considerando que cada modalidade artística possui sua consistência enunciativa específica, que consequentemente se articula com a produção discursiva de determinada sociedade em determinada época, escolhemos, então, analisar o longa-metragem brasileiro *Cidade de Deus*, de 2002, realizado por Fernando Meirelles e codirigido por Katia Lund, uma adaptação do romance homônimo de Paulo Lins, publicado pela editora Companhia das Letras, em 1997. O filme mobilizou a crítica especializada e pesquisadores acadêmicos interessados em analisar as diversas vertentes existentes no filme, tanto sobre os aspectos sociológicos, quanto estéticos. Neste artigo, a preocupação será analisar o discurso cinematográfico e as técnicas usadas pela câmera como dispositivos para criar a narrativa.

O método de investigação se baseou em textos teóricos sobre a linguagem cinematográfica, artigos acadêmicos a respeito do filme e depoimentos dos realizadores, principalmente do diretor e do fotógrafo, colhidos em variadas mídias.



## O cinema como dispositivo

No cinema, a instância constitutiva é a imagem, portanto, será através de recursos visuais que se fará a construção da mensagem que se quer comunicar.

Numa era em que se constata que as imagens intervêm na consciência e na representação contemporâneas e, portanto, vêm se impondo como o dispositivo mais importante na revelação de realidades e na construção do imaginário social, o papel do diretor funciona como o organizador do visível dentro de um regime específico de representação que atua como uma sobre-exposição do real, fazendo ao mesmo tempo a mediação entre o sujeito e o olhar do outro. Podemos entender o cinema como um modo de provocar efeitos sensoriais parecidos com a realidade, colocando o próprio sujeito em questão.

Pensar o aspecto da reprodução da realidade, da identificação procurada pelo espectador, irá mobilizar alguns teóricos do cinema. Em seu livro *O Cinema ou o Homem Imaginário*, (Morin, 1970) Edgar Morin irá atribuir ao cinema a capacidade de manifestar os desejos, de realizar os sonhos que a vida prática não pode satisfazer. Diferente do teatro que de certo modo lida com materiais demasiadamente reais, pois os atores estão ali, tão próximos, o cinema consegue produzir cenas passadas em ruas, cidades, trazendo para a tela, ambientes, imagens vivas, criando um universo ilusório, mas situado num campo real.

De todos os estudos sobre o cinema, o mais relevante foi a constatação da sua eficiência - mais do que a fotografia, a pintura ou o teatro - enquanto capaz de passar uma *impressão da realidade*. O filme passa a sensação de estarmos assistindo diretamente a um espetáculo quase real, como o percebeu Albert Laffay (Laffay, 1964). A reprodução bastante convincente desencadeia no espectador uma participação perceptiva e afetiva.

No entanto, o cinema de modo algum deve ser pensado como uma reprodução da realidade. Desde que Serguei Eisenstein inventou a montagem, fazendo com que imagens pudessem ser cortadas, recortadas e coladas, estabelece-se uma nova relação com o filme. Determinados movimentos lineares podem ser interrompidos de repente, transportando o espectador para outro espaço e outro tempo em questão de segundos. Este virtuosismo do cinema irá interferir na relação temporal e espacial criando uma ficção que *sugere* uma realidade. Quer dizer, os espaços não se encadeiam mais, a história narrada pode ser vivida no tempo passado e sentida como atual.

A categoria do tempo se estabelece como peça fundamental na ficção cinematográfica e irá romper com os modelos dominantes da representação, criando um jogo atemporal onde cenas referentes a tempos diferentes se intercalam sem nenhum aviso prévio.

A relação da imagem-movimento e imagem-tempo analisada por Bergson em seu estudo sobre a crise da psicologia descrita em *Matéria e memória* (Bergson, 1990) e aproveitada por Deleuze em seu livro *Cinema I e Cinema II*, (Deleuze, 1985/1990) será fundamental para acompanhar a própria evolução do cinema.

Bergson constrói uma ontologia defendendo que a relação de todas as coisas está em perpétua variação, em perpétuo devir, concebendo o mundo como uma imagem-movimento, como algo em fluxo (imagem aqui entendida como *imago*, como “aparecer”). Aprofundando seus estudos, o autor vai além ao pensar a duração e a conservação dos acontecimentos, introduzindo a categoria tempo na relação entre todas as coisas. Deleuze irá se debruçar sobre a descoberta bergsoniana de uma imagem-movimento e uma imagem-tempo, propondo uma nova educação do olhar, atribuindo ao cinema o meio de expressão capaz de operar com mais propriedade a concepção moderna do movimento. Os cortes móveis, os planos temporais defendidos por Bergson em *Matéria e Memória*, seriam referências proféticas do futuro do cinema.

Em seu trabalho *Cinema em Trânsito: do Dispositivo do Cinema ao Cinema do Dispositivo*, (Parente, 2007), André Parente chama a atenção para este detalhe: “Tanto na filosofia, como na ciência e na arte, o tempo é o operador que põe em crise a verdade e o mundo, a significação e a comunicação”.

Se a contemporaneidade nasce da crise da representação, é precisamente porque surge com ela, em primeiro plano, a questão da produção do novo. O novo é o que escapa à representação, mas também o que significa a emergência da imaginação no mundo da razão, e, conseqüentemente, em um mundo que

se liberou dos modelos da verdade. A razão é muito simples: o tempo da verdade (verdades e formas eternas das quais o moderno ainda é tributário) é substituído pela verdade do tempo como produção do novo como processo. “Ou o tempo é invenção, ou ele não é nada” (Bergson). (Parente, 2007).

Essa análise sobre o tempo estaria sendo representada no filme através da montagem como elaboradora temporal na estrutura narrativa, o que nos levará a pensarmos os dispositivos técnicos usados para atingir o público alvo, no caso o espectador.

Vivemos uma época em que o espectador é convocado a participar da obra, a interagir com o objeto apresentado. O conceito de interatividade como abordagem pedagógica construtivista utilizada na museografia, é usado com o objetivo de envolver, desafiar e estimular os visitantes de um museu ajudando-os a atingir a compreensão dos temas abordados. Essa dinâmica vem sendo usada em muitas formas de apresentação de arte e com sua evolução surgiu um novo conceito que vem sendo adotado na conduta explorada pelos expositores em museus que é o caráter da “imersão”. A intenção é criar um ambiente que faça com que o visitante se sinta como se estivesse “dentro” da obra apresentada.

Esse método tem como base o *Panorama*, um tipo de pintura mural – patenteada em 1787 por Robert Baker construído num espaço circular onde o espectador “embarcava” em um espaço que simulava, por exemplo, as laterais de um trem. Em 1950, o cineasta Morton Heilig criou o *Sensorama*, um sistema de realidade virtual desenvolvido com imagens de cinema com a utilização de 100ps de filmes, visão estereoscópica, som estereofônico, cheiros e outros efeitos criados com o intuito de produzir a ilusão de um passeio de moto através do bairro do Brooklyn. O dispositivo como um todo se apresenta como uma pequena cabine onde o espectador se senta e “dirige” a sua moto pelo Brooklyn.

Transportando este conceito para o cinema, a sala escura, a poltrona onde o espectador assiste as cenas apresentadas na tela, provoca uma situação onde ele está sujeito a viver inúmeras sensações que irão dar então o desfecho da mensagem comunicada. Dentro dessa visão, o modo como a imagem é produzida irá dizer sobre os efeitos que provoca no espectador, testando justamente a sua capacidade interativa. “A imagem interativa é o resultado da ação do observador sobre a imagem – ele se mantém na interface do real e do virtual, colocando-se mutuamente em contato” (Couchot, 1993).

Desse modo, os dispositivos técnicos usados na elaboração do filme irão ditar o modo em que o diretor acredita serem os mais eficientes para afetar o espectador.

Hoje, cada vez mais, quando se fala das transformações em curso no dispositivo cinematográfico, em parte ocasionada pelo processo de hibridização do cinema com as novas mídias, somos levados a problematizar o dispositivo cinematográfico no que diz respeito a seus aspectos conceituais, históricos e técnicos. Por outro lado, assistimos claramente ao processo de transformação das teorias cinematográficas, de uma teoria que pensa a imagem não mais como um objeto, mas como um campo de forças, como acontecimento, como algo que só pode se atualizar na relação com o espectador. (Parente 2007)

O conceito dispositivo surge nos anos de 1970, entre os teóricos estruturalistas franceses, Jean-Louis Baudry, Christian Metz e Thierry Kuntzel, para definir a disposição particular que caracteriza a condição do espectador de cinema. Baudry em seus dois ensaios *Efeitos Ideológicos Produzidos pelo Aparelho de Base* (1970) e *Dispositivo: Aproximações Metapsicológicas da Impressão de Realidade* (1975) defende que o filme não depende unicamente da organização discursiva, mas do dispositivo do cinema como condições de projeção, ou seja, levando em conta a câmera, moviola, projetor e também a sala escura, a projeção vinda por trás do espectador que estará imóvel, sem falar, mergulhado naquela situação, como um prisioneiro da Caverna de Platão. Ignacio Ramonet define bem este aspecto:

Ver um filme é, por vezes, uma prática cultural obrigatória, semelhante a uma prisão real. De fato, um filme vem para irritar, incomodar, desagradar, e o espectador forçado a permanecer na sala, [...] se sentirá como num verdadeiro calabouço, com todos os elementos que caracterizam um confinamento punitivo: cerca, escuridão, imobilidade. (Ramonet, 2002)<sup>1</sup>

<sup>1</sup> «Voir un film est parfois une pratique culturelle contraignante qui peut ressembler à une véritable incarcération. En effet, qu'un film vienne à ennuyer, à agacer, à déplaire, et la salle deviendra bientôt pour le spectateur contraint d'y demeurer [...] une véritable cachot, avec tous les éléments qui caractérisent un enfermement punitif : clôture, obscurité, immobilité, silence».



O estudo de Baudry chama justamente a atenção sobre os efeitos específicos produzidos pelo cinema – *efeito cinema* - como responsáveis pela relação com a percepção do espectador. Já Jean-Louis Comolli, em ensaio intitulado *Técnica e Ideologia – Câmera, Perspectiva, Profundidade de Campo* (Cahiers du Cinéma, 1971), irá complementar essas teorias apontando a importância da organização discursiva do dispositivo, essencialmente decupagem e montagem, com suas dimensões arquitetônicas e tecnológicas de base, como fundamentais para criar o efeito cinematográfico de simulação.

Hoje, está claro que o dispositivo cinematográfico apresenta pelo menos três dimensões que trabalham juntas para aumentar seus efeitos: dimensão arquitetônica, herdada do teatro italiano; dimensão “discursiva”, o discurso da transparência, em grande parte herdada das formas narrativas do romance do século XIX; e dimensão tecnológica que vai da câmera ao projetor (entre os quais vários outros aparelhos de base intervêm). (Parente, 2007)

O que nos irá interessar para a nossa análise é justamente pensar determinados recursos usados no filme *Cidade de Deus* para afetar o espectador.

Independentemente de questões políticas e sociológicas, este filme foi realizado numa época em que a deflagração da violência nos grandes centros urbanos do Brasil começou a se tornar presente no dia a dia da população. O diretor, então, contaminado por este imaginário, teria a intenção de mostrar através da tela, uma simulação desta crua realidade. Não se tratando de um tema suave, todo o movimento do filme teria como caminho criar a sensação de impacto no espectador.

### **O caso de *Cidade de Deus***

O filme brasileiro, *Cidade de Deus*, de 2002, realizado por Fernando Meirelles e codirigido por Katia Lund, com fotografia de César Charlone, foi baseado no romance-testemunho homônimo de Paulo Lins, publicado pela editora Companhia das Letras, São Paulo, em 1997. Como personagem principal, Buscapé (Alexandre Rodrigues), um jovem pobre, negro que cresce e vive na Cidade de Deus, comunidade carioca que surgiu em 1960 e se tornou um dos locais mais violentos da cidade do Rio de Janeiro. Acostumado à convivência com os bandidos, Buscapé acaba escapando deste meio por causa de seu talento como fotógrafo, o qual permite que siga carreira na profissão. É através de seu olhar atrás da câmera que Buscapé analisa o dia a dia da comunidade onde vive.

O primeiro aspecto importante na estrutura do filme é o fato de ser narrado pelo personagem Buscapé. A voz em *off* aproxima a narrativa do real, já que este tipo de dispositivo é comumente usado no formato documentário. O romance no qual o filme se baseia não se pretende biográfico, no entanto, ele é um retrato fiel da vida nesta comunidade. Portanto, o recurso da narração em *off* confunde o espectador no sentido dele absorver o filme ora como ficção, ora como um documentário.

É fato que o modo em que *Cidade de Deus* é filmado não se aproxima nem um pouco do documentário clássico. Pelo contrário, uma das críticas imputada ao filme é de ter uma estrutura de filmagem próxima a filmes de publicidade, dando um caráter «cosmético» a uma realidade tão crua. Sem pretendermos nos aprofundar nesta questão, nosso objetivo é analisar alguns dispositivos cinematográficos usados, que supostamente estariam querendo afetar de maneira direta o espectador, fazendo-o mergulhar na tela, naquela realidade.

Aspecto a ser levado em conta quando nos referimos à aproximação do filme enquanto ficção/documentário é o fato que os atores, em grande parte, são garotos que vivem em comunidades do Rio de Janeiro, e que até então não tinham tido qualquer contato com atuação. Após a escolha do elenco, a produção do filme passou cerca de quatro meses em laboratório, treinando esses meninos.

Considerando a organização discursiva - o dispositivo do som, da imagem e da projeção na sala escura - o ritmo da câmera, a música, o uso de cores diferenciadas irão influenciar na percepção dos personagens. Por exemplo, ao realizar o *flash back* à vida da comunidade Cidade de Deus nos anos 1960, o diretor optou por uma cor antiga, sépia, fosca e tênue, às vezes preto e branco, voltando para as cores vivas em cenas referentes aos períodos mais recentes. A eficiência deste recurso está em conseguir deslocar com rapidez o imaginário do espectador para os dois tempos.

A trilha sonora também participa desta ambientação histórica. A entrada das primeiras cenas dos anos 1970 é acompanhada por uma música de som frenético, típica das tocadinhas em discotecas da época. As cenas mais românticas recorrem ao uso de músicas que falam de amor, à voz emocionante de Cartola.<sup>2</sup>

Observa-se que em cenas de violência o uso da câmera é apressado, transmitindo um efeito do caótico, conferindo ao espectador o sentido de estranhamento e perplexidade perante os atos violentos; já as filmagens relativas aos dramas pessoais dos personagens, acompanham o ritmo que condiz com a ação.

As cenas com agilidade estariam criando uma relação tênue entre a narração e o sujeito/espectador acostumado à agilidade do novo tempo trazido pela era da informática, dos aparelhos digitais. O início do filme já apresenta esta intenção: a câmera sai atrás de uma galinha numa velocidade estupenda levando o espectador a entrar num ritmo frenético, como se quisesse prepará-lo para uma “aventura” não tão confortável.

A narrativa cinematográfica do filme recorre a recursos imagéticos que conferem eficiência. Por exemplo, numa cena onde os personagens Zé Pequeno (Fernando Firmino da Hora) e Bené (Phellipe Haagensen) conversam, Zé Pequeno tentando convencer o amigo a abandonar o roubo e ingressar no tráfico de drogas como mais compensador, a cena é construída da seguinte maneira: na voz em *off*, Zé Pequeno começa a mostrar a Bené os traficantes da comunidade com seus colares de ouro, suas mulheres. A câmera inicia num ritmo rápido e faz um *close* no sujeito que está sendo analisado. E assim procede na apresentação dos outros personagens. A câmera corre e para, corre e para. Essa forma comunica, prende a atenção do espectador.

### ***Alguns aspectos relativos à filmagem***

Seguindo a metodologia investigativa, a preocupação foi averiguar os pontos abordados com a visão dos próprios realizadores.

Em depoimento do fotógrafo César Charlone à plateia reunida no evento realizado em setembro de 2002, na Sala da Cinemateca Paulistana, na cidade de São Paulo, ele apontou as seguintes peculiaridades:

Tínhamos que tratar o filme como documentário, o som tinha essa preocupação, a imagem tinha essa preocupação. A gente não podia pretender, “ah, vamos fazer o garoto vir até aqui essa marca” (sic). O que comandava o set era a dinâmica dos meninos, os atores.

Declarou que havia muita tensão no *set* por causa da locação das filmagens em lugares onde há violência. A maioria das filmagens foi feita no Conjunto Habitacional de Sepetiba, na Zona Oeste do Rio de Janeiro e as sequências de guerra entre gangues e das perseguições foram rodadas na Comunidade do Morro Santa Marta, no bairro de Botafogo, Zona Sul do Rio de Janeiro com uma topologia irregular, com muitos becos estreitos. Todos os interiores foram rodados em estúdio, menos os bares e a sequência do assalto no motel, que foram filmados nas próprias locações.

Na maior parte do filme foi usada uma câmera Aaton A-Mínima (Super 16 mm), adaptada pela HD, com um visor de cristal líquido e em alguns momentos uma Arri II (35 mm).

Foram rodadas 700 latas de negativos Kodak: 20% de 35 mm e 80% de 16 mm. César Charlone contou que em *Cidade de Deus* há trechos do filme em que não consegue distinguir o que é 35 mm do que são 16 mm Além dos 35 mm e dos 16 mm usaram também técnicas do telecine (*transfer film to tape*), um processo utilizado para exibir na TV ou gravação em vídeo, que apresenta uma diferença: enquanto o cinema utiliza 24 quadros por segundo, o vídeo (formato NTSC) utiliza 30 quadros por segundo.

No sistema tradicional utilizado em emissoras de TV a cadência entre as duas mídias é ajustada através do uso de um obturador especial no projetor do filme que faz com que, embora continuem a serem apresentados 24 quadros diferentes a cada segundo, se efetua repetições do mesmo quadro (três vezes seguidas, depois duas, depois três e assim por diante) de modo que ao término de 1 segundo tenham-se os 60 campos do sinal de vídeo (NTSC) e, portanto a cadência de 30 quadros por segundo seja obtida.

---

<sup>2</sup> Cartola, Angenor de Oliveira, foi um cantor, compositor, sambista e violonista brasileiro, nascido no Rio de Janeiro, (1908-1980).

No telecine, após marcar a luz das tomadas em 35 mm, César e o colorista Sérgio Pasqualino trabalhavam as tomadas em 16 mm e tentavam igualá-las.

Um exemplo do uso do telecine foi na filmagem da cena em que os jovens bandidos do Trio Ternura se escondem na floresta. O diretor de fotografia falou que não queria cair na tentação de fazer uma noturna com fumaça e um HMI (refletor que emite uma luz semelhante à luz do dia) em contraluz. “Por mim eu tinha colocado um ponta preta e deixado por conta do som, porque eles estão em cima da árvore e os policiais estão em baixo”. Mas já que tinham acesso ao telecine decidiram testar. Foram feitos duas sessões de testes com fotos *still*: com e sem urucum - pigmento de coloração avermelhada - na pele dos atores, para poder separar a pele do fundo verde da floresta. A cena foi rodada de dia, sob o sol e foi colocado um *butterfly* de 20m x 30m acima da copa das árvores. Depois o colorista foi acertando as cores e a exposição no telecine.

Sobre o uso dessa ferramenta o fotógrafo disse à plateia do evento:

A gente começou a pensar a imagem como os caras do som pensam o som. Antigamente o cara captava o som, já com intenção, pra deixar menos trabalho pra depois, porque tinha menos ferramenta. Hoje em dia, com o telecine, você capta tudo, toda a informação possível pro seu negativo, depois você vai trabalhar, você pode subexpor tudo que você quiser.

Complementando, o técnico de som, Guilherme Ayrosa, fez um detalhado depoimento sobre como foi trabalhado o som no filme. Disse que a intenção era deixar os atores o mais à vontade possível, por isso quase não usaram microfones de lapela: “Eles não sabiam o roteiro, era um trabalho bem documental mesmo”. Em certos momentos, inclusive, por pedido do diretor de fotografia, foi colocado um microfone na câmera - como numa câmera de vídeo - para torná-la mais jornalística.

Declarou também que foi feita muito pouca dublagem. Apenas em situações inevitáveis, como, por exemplo, quando estavam filmando na Cidade Alta- conjunto Habitacional localizado em Cordovil, Zona Oeste da cidade - onde havia uma pessoa muito próxima da cena e que não queria desligar o rádio de forma alguma. Na cena do baile foi colocada música na filmagem e foram utilizados “animadores” na pista de dança. Usaram músicas que no final entraram no filme. Foi criada uma estrutura de playback móvel com um amplificador pequeno no *steadycam* para os ensaios. Na hora de rodar, abaixava-se o som e os atores mantinham o ritmo.

A cena do baile chama a atenção por outros aspectos. A filmagem, por muitos criticada por ser considerada semelhante ao videoclipe, possui uma agilidade, um movimento de câmera que associada à trilha sonora, transporta o espectador para um nível alto de tensão, conduzindo-o à percepção do assassinato de um dos personagens principais que ocorrerá no fechamento desta cena.

O colorista Sergio Pasqualino contou que fez muito poucas fusões de luz (mudança no brilho/exposição da imagem feita eletronicamente no telecine). Em uma cena dentro da casa, o ator saía do escuro e ia para o claro e seu rosto estourava: “O César não quis ‘arrumar’”, diz ele.

O telecine C-Reality foi realmente um recurso muito eficiente para a construção da narrativa fílmica. Foram nove semanas de telecine, sem contar as 50 horas usadas para testes com fotografias *still*. José Augusto, supervisor de finalização dos Laboratórios Megacolor/Estúdios Mega, disse que apesar da longa experiência com *transfer* digital de longas metragens - no total 30 - nunca havia feito um filme tão bem elaborado como *Cidade de Deus*.

Esses depoimentos da equipe de filmagem colhidos na pesquisa servem para dar a dimensão da atuação dos dispositivos técnicos relativos à câmera, à montagem e projeção, condizendo, justamente, com o objetivo deste artigo.

## O filme como série televisiva

O filme *Cidade de Deus* teve uma boa recepção de público suscitando a **Rede Globo de Televisão**, a maior rede de TV aberta do Brasil, a criar uma série televisiva intitulada *A Cidade dos Homens*, exibido entre 15 de outubro de 2002 e 16 de dezembro de 2005, tendo como diretor o próprio Fernando Meireles, que manteve a mesma linguagem fílmica.

Numa época em que o formato série começava a criar um mercado novo na TV norte-americana, considerado a *Terceira Idade de Ouro da TV*, este investimento da TV Globo se mostrou bastante promissor. Com episódios cuja duração era de 30 minutos, a série obteve um bom nível de audiência, se estendendo por quatro temporadas, recebendo o prêmio de ouro do *Festival Internacional de Programas Audiovisuais* da cidade de Biarritz, na França. No ano seguinte, o ator Douglas da Silva, esteve entre os finalistas na categoria performance de ator do *International Emmy Awards*, o prêmio dos mais importantes da TV mundial. Distribuído pela *Globo Internacional*, a série já foi vendida para países como Alemanha, Austrália, Bélgica, Dinamarca, Equador, Escócia, Estados Unidos, Japão e muitos outros.

## Conclusão

O que nos interessa neste trabalho é mostrar o quanto a noção de dispositivo pode contribuir para expor as variações e relações que a prática cinematográfica – as técnicas usadas, as ordens do discurso – produz em termos de forma de subjetivação e como expressão do movimento do mundo.

Percorrendo alguns conceitos desenvolvidos por teóricos estudiosos do cinema, a preocupação foi associar certas noções ao discurso cinematográfico utilizado no longa-metragem, *Cidade de Deus* e as técnicas usadas pela câmera como dispositivos capazes de criar os efeitos necessários para imergir o espectador na narrativa do filme.

Nesse sentido, o resultado do filme parece satisfatório. “O que eu queria com *Cidade* não era fazer um filme *videoclipesco*, limpo ou o que fosse, e sim que as pessoas se sentissem presas à história”.

Este depoimento do diretor Fernando Meirelles em entrevista à *Revista Bravo*, ano 5, nº 60, em 2002, é fiel ao que vimos em seu filme. *Cidade de Deus* prende o olho do espectador na tela. A realidade crua da vida naquela comunidade em combinação com os dispositivos técnicos de filmagem e montagem realizam uma produção onde as potencialidades da imagem-câmera criam condições para a aproximação do espectador e a fruição de sua percepção do mundo apresentado.

Este longa-metragem causou polêmica no Brasil por conta da escolha de um argumento sobre a disputa de tráfico de drogas em uma comunidade do Rio de Janeiro. Discutiu-se em diversas rodas, tanto no meio acadêmico, quanto jornalístico, se o discurso proposto no filme apresenta uma manipulação da realidade através de um formato comercial e caricato. Ivana Bentes, professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, usou a expressão *cosmética da fome* para caracterizar a banalização da miséria em determinados filmes brasileiros. Em entrevista para o *Jornal do Brasil*, em 8 de julho de 2001, declarou: “O cinema brasileiro dos anos 90 vai mudar radicalmente de discurso diante desses territórios da pobreza e seus personagens, com filmes que transformam o sertão e a favela em ‘jardins exóticos’ ou museus da História”.

*Cidade de Deus* atingiu a marca de 3,2 milhões de espectadores, sem incluir a audiência atraída após as indicações ao Oscar 2004, quando recebeu quatro indicações: na categoria de melhor diretor (Fernando Meirelles), melhor roteiro adaptado (Bráulio Mantovani), melhor edição (Daniel Rezende) e melhor fotografia (César Charbone).

No que tange ao conteúdo apresentado, o filme contribuiu para desestruturar a sensibilidade do espectador em busca de reflexões sociais sobre a situação vivida na cidade do Rio de Janeiro.

Quanto à estética utilizada no filme, devemos considerar que se coaduna com a estética de uma época em que as diversas mídias, a agilidade das informações faz com que esta seja a forma mais eficiente de captar o imaginário do sujeito.

*Cidade de Deus*, acima de tudo, é cinema. Como dizia André Bazin, se um filme tenta ser real, ele é mal sucedido. Não pode ter a pretensão de substituir a realidade. A arte será sempre a recriação do mundo.

Importante ressaltar, que o fato de o filme ter se transformado em série televisiva utilizando os mesmos recursos quanto à linguagem fílmica, demonstram coerência com a linguagem audiovisual contemporânea, seja ela para o cinema ou para a televisão.

## REFERÊNCIAS

- Bazin, A. (1991). *O Cinema: ensaios*. São Paulo: Editora Brasiliense.
- Bergson, H. (1990). *Matéria e Memória*. São Paulo: Livraria Martins Fontes.
- Baudry, J.-L. (1978). *L'Effet cinéma*. Paris: Albatross.
- Charney, L. e Schwartz, V. (Orgs.). (2001). *O Cinema e a Invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify Edições.
- Comolli, J.L. (1971, maio). Technique et idéologie: caméra, perspective, profondeur du champ. *Cahiers du Cinéma*, pp. 229-241.
- Couchot, E. (1993). Da representação à simulação: evolução das técnicas e das artes da figuração. In André Parente (org.), *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual* (pp. 37-47). Rio de Janeiro: Editora 34.
- Crary, J. (1990). *The technics of observer*. Cambridge: MIT Press.
- (1999). *Suspensions of Perception. Attention, Spectacle and Modern Culture*. Massachussets: MIT Press.
- Deleuze, G. (1985). *Cinema I: Imagem-Movimento*. São Paulo: Editora Brasiliense.
- (1990). *Cinema II: Imagem-Tempo*. São Paulo: Editora Brasiliense.
- Laffay, A. (1964). L'Evocation du monde au cinema. Em *Logique du cinema, création e spectacle* (pp. 15-30). Paris: Masson et Cia.
- Lins, C. (2004). *O documentário de Eduardo Coutinho; televisão cinema e vídeo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar .
- Marcato, M.R. de. (2010). Gênero Comercial em Evidência: o filme Cidade de Deus manipula a realidade? *425°F#02*, pp.80-95.
- Metz, C. (1972). *A Significação do Cinema*. São Paulo: Perspectiva.
- Morin, E. (1970). *O Cinema ou o homem Imaginário*. Lisboa: Moraes Editores.
- Paini, D. (2002). *Le temps exposé: Le cinéma de la salle au musée*. Paris: Cahiers du Cinéma.
- Parente, A. (1993). *Imagem-máquina*. Rio de Janeiro: Editora 34.
- (1999). *O virtual e o hipertextual*. Rio de Janeiro: Editora Pazulin.
- (2007). Cinema em Trânsito: do Dispositivo do Cinema ao Cinema do Dispositivo. In I. Martins, M. Penafria (orgs.), *Estéticas do Digital, Cinema e Tecnologia*. Covilhã, Portugal: Livros Labcom.
- Pierry, M. (2006). O Segredo de *Cidade de Deus*. *Kino Digital – Revista Eletrônica de Cinema e Audiovisual*, 1, pp. 1-7. Recuperado em dezembro de 2009. <http://www.kinodigital.ufba.br/edicao1/pdf/cidadededeus.pdf>.
- Ramonet, I. (2002). *Propagandes silencieuses, Masses, télévision, cinéma*. Paris: Gallimard.
- Virilio, P. (1994). *A máquina de visão*. Rio de Janeiro: José Olympio.
- Youngblood, G. (1969). *Expanded Cinema*. New York: Dutton.
- Xavier, I. (1977). *Discurso Cinematográfico: a opacidade e a transparência*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- (Org.). (1996). *O Cinema no Século*. Rio de Janeiro: Imago Editora.

## SOBRE A AUTORA

**Lilian Fontes Moreira:** Autora de ficção, atualmente, desenvolve pesquisa pós-doutorado para a Universidade Federal do Rio de Janeiro, com apoio da FAPERJ, (Fundação Carlos Chagas de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro), sobre Ficção Televisiva, mais especificamente series brasileiras para TV. Publicou quatro romances, um livro de contos, seis biografias, artigos em revistas acadêmicas, nacionais e internacionais; participação em roteiros.

# Postales de Santiago de Chile: representaciones de la ciudad del diario “La Tercera”

Claudio Lagos-Olivero, Universidad Complutense de Madrid, España

**Resumen:** La investigación observa y analiza la ciudad a través de la prensa escrita. En concreto, a través de 363 ediciones de la portada de la sección “Santiago” del diario de circulación nacional “La Tercera” (2012), medio que propone una particular visión del mundo. Se reflexiona desde el paradigma de la “mediación social” (Martín Serrano, 1978, 2008) que identifica la relación de interdependencia entre el “sistema de comunicación pública” y un “sistema social” cuyo espíritu es capitalista y monopolista. El análisis de contenido establece, a través de la “manifestación simbólica” (Krippendorff, 1990) de los datos, el tipo de ciudad que el medio está construyendo, identificando las representaciones de la misma y los ciudadanos y ciudadanas que allí habitan, a partir de las tipologías propuestas por la producción teórica del urbanismo y la economía política.

**Palabras clave:** ciudad, espacio público, prensa escrita, medios masivos, representaciones

**Abstract:** The current investigation observes and analyses the city through the press. In fact through 363 editions of the front page section “Santiago”, from the national newspaper “La Tercera” (2012) which proposes a particular vision of the world. It starts reflecting from the paradigm of “social mediation” (Martín Serrano, 1978, 2008), which identifies the relationship of interdependence between the “public communication system” and the “social system”, of capitalist and monopolist character, for that matter. A content analysis will seek to establish, from its “symbolic expression” (Krippendorff, 1990), the type of city that the covers are building, identifying the representations of the city and citizens of Santiago, from the city categories proposed by the theoretical production of urbanism and political economy.

**Keywords:** City, Public space, Newspapers, Mass media, Representations

## Introducción

Rico el país de las postales  
de la apariencia linda,  
de la gente que sale en las paginas sociales  
que tanto nos gustan .....punto com .....punto com.....  
Claudio Narea<sup>1</sup>

El título no es un capricho estético. Proviene de la aguda lectura que los profesores Carlos Ossa y Nelly Richard hacen de la ciudad en el libro “Santiago imaginado”, donde se confronta la representación de los -en teoría- “magníficos hitos naturales”, exultados en las postales de correo, con los “precarios entusiasmos” que perciben los habitantes del mismo territorio.

Existe un Santiago de tarjeta postal que presenta su mejor cara de orden y limpieza, fotográficamente montada para que se reflejen en ella las fachadas del progreso económico y del éxito empresarial, los pactos del acuerdo tácito entre redemocratización y mercado neoliberal. (Ossa y Richard, 2004, p. 25)

Este artículo analiza las portadas de la sección “Santiago” del diario “La Tercera” durante 2012 y está dividido en cuatro partes. En la primera de ellas, se muestran ciertos datos y estadísticas oficiales que ayudan a poner en contexto el desarrollo social de la ciudad y el país, y además, se expli-

---

<sup>1</sup> Claudio Narea es un músico y cantante de rock chileno, también conocido por integrar la banda “Los Prisioneros” (1983-1991, 2001-2006). La estrofa pertenece a la canción “Rico el país” que plantea una doble interpretación. Por un lado, habla de la su-puesta riqueza financiera, y por otro, ironiza con la palabra “rico” que en la frase también se entiende como “excelente”.



ca el encuadre teórico en el que se inscribe la investigación. En segundo término, se hace referencia a la metodología utilizada. En tercer lugar, se detallan algunos de los resultados que arroja el análisis, y finalmente, se proponen algunos comentarios a modo de conclusión.

### *Estadísticas de contexto*

Este punto muestra algunos datos estadísticos que ayudan a entender el contexto en que se circunscribe el proceso urbano y social de la ciudad y el país. Desde una perspectiva nacional, y de acuerdo a *The Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), la República de Chile es mayormente urbana. Ya en 2010, más del 89% de la población vivía en alguna ciudad (OECD, 2013), y la proyección que hace *United Nations* (2012) indica que llegará al 90% en 2025. Para ser más precisos, de acuerdo al Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, en 2013 la cifra es ya de un 89,6% (UNDP, 2014). Esto indica con claridad el etos urbano del país, casi como un rasgo de identidad, que lo acerca a la realidad que viven naciones 100% urbanas como la ciudad estado que se ubica en la isla de *Singapore*, o ciudades chinas con cierta autonomía como Macao o Hong Kong. El porcentaje sitúa a Chile sobre Suecia, Finlandia o Estados Unidos, por señalar tres ejemplos del mundo desarrollado occidental. En Sudamérica, sólo Argentina y Uruguay presentan mayores proporciones de población urbana, datos que por cierto sólo muestran la cantidad de ciudadanos que habitan en una ciudad, y no la calidad de vida o las características de dichas ciudades.

La ciudad de Santiago de Chile pertenece a la Región Metropolitana, y corresponde a una de las 17 regiones en las que se divide políticamente el territorio. Tiene 7.2 millones de habitantes (INE, 2014), divididos en 5 provincias y 52 comunas. De dichas provincias, la llamada “Provincia de Santiago” que contiene la ciudad, cuenta con 33 comunas y poco más de 5.1 millones de habitantes (SUBDERE, 2013), todos ellos urbanos. Es la ciudad más grande del país, tanto es así que la Región Metropolitana llega a concentrar el 40,6 % de toda la población nacional (INE, 2014).

A nivel general, la República de Chile muestra buenos indicadores. Tal es el caso del Índice de Desarrollo Humano (IDH) que divide a los países en cuatro grupos. Súper alto, alto, medio, y bajo desarrollo humano, o lo que Paul Collier (2008) intenta explicar como el grupo de países que pertenecen al “Club de la Miseria”, cuyos IDHs están bajo el 0,54. En la versión 2014 del IDH, Chile se ubica en la primera parte del ranking (*Very high human development*) junto a países de ingresos altos. Dicho grupo lo encabeza Noruega (0,944), y Chile (0,822) comparte con Portugal el puesto 41, mientras Argentina (0,808) cierra la clasificación en el lugar 49, seguido de Uruguay, que ya viene a encabezar al siguiente grupo de naciones (UNDP, 2014). El promedio para Latinoamérica y el Caribe es de 0,70.

Tal como se aprecia, más de un chileno o chilena podría estar tentado a celebrar. Sin embargo, la estructura empieza a crujir cuando observamos el Coeficiente Gini, es decir, la distribución del ingreso y la pobreza en la economía. De acuerdo a la OECD, la desigualdad en Chile (0,5) muestra un indicador que supera por bastante a la media de los países de la organización (0,32), y en el contexto latinoamericano, se encuentra incluso peor que México, que a 2011 muestra un coeficiente de 0,48 (OECD, 2014). A nivel comunal los datos de IDH son todavía más pobres. A pesar de eso existen 4 de 33 comunas que muestran índices similares, o incluso, superiores a los de Noruega. Se trata de las comunas de Vitacura (0,949), Las Condes (0,933), Barnechea (0,912) y Providencia (0,911), las más ricas del país, que además conforman una especie de mega comuna en el sector oriente de Santiago (Mideplan-PNUD, 2006). En contraposición, tenemos la comuna de Lo Espejo (0,657), cuyo IDH lo sitúa entre la realidad de Irak y Siria, países que todavía cargan con el peso de largos conflictos y procesos bélicos. Otro indicador llamado “Índice de Calidad de Vida Urbana, ICVU” (Orellana y otros, 2013), elaborado por el Centro de Estudios Urbanos de la Pontificia Universidad Católica en 2013, muestra los mismos resultados. Es decir, la confluencia de la riqueza, tanto física como simbólica, entre Las Condes, Vitacura y Providencia. Ante la evidencia de los datos, el mito del Santiago posmoderno cruje y se transforma en una realidad, por lo menos desigual.

### *Enfoque teórico*

Como enfoque teórico de la investigación utilizamos la Teoría Social de la Comunicación (TSC) que propone Manuel Martín Serrano (1986), y que permite la comprensión del funcionamiento del sistema de comunicación de masas en formaciones capitalistas. Esta teoría se caracteriza porque (i) descansa en su propio paradigma dialéctico, el de la “mediación social” (Martín Serrano, 1978); (ii) trabaja sobre un objeto formal de estudio de naturaleza histórica, al que el autor denomina “comunicación pública”; y (iii), identifica como su material particular de análisis a los “productos comunicativos”. Esta investigación re elabora y propone un modelo para analizar la ciudad desde las representaciones que ofrecen los medios de comunicación masivos. Por lo que no forma parte de sus objetivos el cumplimiento exhaustivo del modelo canónico de análisis que proponen los planteamientos teóricos y metodológicos de Manuel Martín Serrano, aunque sí se ha intentado seguir el espíritu de su rigor analítico. La TSC analiza los procesos históricos de cambio producto de la interacción entre dos sistemas que entiende como autónomos: el sistema social, y el sistema de comunicación. Dicha interacción, o mutuas afectaciones, que pueden ser de dependencia o interdependencia, determinan o no el cambio social.

La investigación también requiere un encuadre teórico para abordar el análisis de la ciudad. Para ello utilizamos cuatro conceptos que dan cuenta de cuatro tipos de ciudad. Su elección tampoco es arbitraria, ya que tres de ellos, “ciudad informacional”, “ciudad global”, y “ciudad creativa”, señalan la transformación, o si se quiere, el cambio ocurrido en las estructuras urbanas de las sociedades capitalistas avanzadas, mientras que el cuarto, “ciudad informal”, entrega una caracterización más apropiada para la ciudad latinoamericana.

El concepto “Ciudad Informacional” fue propuesto por el sociólogo Manuel Castells (1989, 1995), en el libro del mismo nombre, cuya primera edición en inglés se editó en 1989. Es, por decirlo de una forma llana, el concepto madre, que da cuenta de los cambios sucedidos en ciertas ciudades capitalistas a partir de la irrupción de las tecnologías de la información y comunicación (TICs). En concreto, representa la ciudad de fines de los 70s hasta fines de los 80s, y muestra como paradigma al distrito financiero que se ubica en la isla de Manhattan, en Nueva York, caso donde resulta muy evidente que el cambio de uno de los sistemas en juego, afecta al otro. Para Castells, la irrupción de las TICs determinó el cambio en las estructuras urbanas de ciertas ciudades. O lo que viene a ser lo mismo, el cambio en el sistema de comunicación por la irrupción y desarrollo de las TICs, afectó las condiciones urbanas donde se despliega el sistema social, si observamos el fenómeno a través de lo que propone Martín Serrano. Poco más tarde la socióloga Saskia Sassen (1991, 1999) elabora el concepto de “Ciudad Global”. Tanto Castells como Sassen son autores contemporáneos que se citan y potencian. Lo que Sassen hace en el libro *“The global city”*, es ampliar el rango de las características de este tipo de ordenamiento urbano, señalando como casos paradigmáticos a Londres, Nueva York, y Tokio, aunque no cerrando la puerta a ciudades de economías menos desarrolladas, como por ejemplo, Buenos Aires, que todavía mostraba una vocación global en la época en que se escribió la primera edición del libro. En concreto, “ciudad global” es el concepto con el que se analiza la transformación de ciertos núcleos financieros en nodos de control globales. Años después, el economista norteamericano Richard Florida (2008, 2009), publica *“Who's Your City?”*, que propone y define el concepto “ciudad creativa”, lugar donde el territorio se pone -en importancia- a la altura de los ciudadanos, a quienes Florida define como una clase particular llena de diversos talentos que denomina “clase creativa” (Florida, 2010). Si bien los tres conceptos señalados comparten raíz, es decir, están emparentados, cada uno de ellos tiene características que los hacen particulares. De hecho, dan cuenta de la definición de ciertas ciudades en distintas épocas. La ciudad “informacional” de los 80s, la “global” de los 90s, y la “creativa” del siglo XXI, comparten ciertos rasgos, pero están lejos de ser iguales. Así, una “ciudad global”, puede ser a la vez una “ciudad creativa”, pero una “ciudad creativa”, no necesariamente es una “ciudad global”. Los matices que están en juego han sido trabajados en el diseño del protocolo de análisis.

Sumamos a los conceptos anteriores el de “ciudad informal”, por la necesidad de contar con una definición que sirva de contrapunto, y a la vez, tenga cercanía con la realidad de la ciudad latino-



mericana. Para este caso no existe un texto que dé origen a la definición del concepto. Por eso se ha reconstruido a partir de lo que sugieren varios autores. En primer lugar, señalamos al sociólogo mexicano Emilio Duhau (2004, 2008) quien en clave “metropolitana”, intenta por un lado identificar las “reglas del desorden” que configuran los procesos urbanos informales, y por otro, indaga sobre la relación entre el habitar de las colonias populares mexicanas y el espacio público. También utilizamos ciertas ideas sobre los ordenamientos urbanos de este tipo que promueve el economista norteamericano Edward Glaeser (2011) en “*Triumph of the City*”. Desde la realidad chilena, tanto Paola Jirón (2010), con su artículo “*The evolution of the informal settlements in Chile: improving housing conditions in cities*”, que problematiza con los asentamientos urbanos precarios a partir de 1980, como Andrea Pino (2013), quien hace foco en las tomas de terreno y la auto construcción en las quebradas de la ciudad de Valparaíso en su artículo “Ciudad y hábitat informal”, plantean aproximaciones teóricas relacionadas con (o relativas a) la producción informal de la ciudad. También ha sido relevante el trabajo de Carlos Torres (2011) que aporta reflexiones y datos precisos sobre la ciudad informal colombiana. Sin embargo, resulta especialmente relevante la investigación realizada sobre el tema en dos países desarrollados. Por un lado destaca el trabajo de Jorge Fiori (2013), quien desde *The Bartlett Development Planning Unit, UCL*, y la *Architectural Association School of Architecture, AA*, ha hecho de la informalidad urbana uno de sus objetos de estudio, fundando junto a otros arquitectos y académicos del Reino Unido, el *Urbanism & The Informal City research* en 2009, y por otro, al trabajo empírico y teórico que sobre la ciudad informal realizan desde Suiza los profesores Alfredo Brillembourg y Hubert Klumpner (2005), quienes fundan el *Urban-Think Tank (U-TT)*, *Chair of architecture and urban design*, y oficinas satélites en varias ciudades del planeta, incluida la ciudad de Caracas, desde donde se concretó uno de los esfuerzos más relevantes por caracterizar, definir y problematizar sobre la ciudad informal a partir del caso venezolano (Caracas).

La “ciudad informal” tiene muchas versiones. “Villas o villas miseria” en Argentina, Uruguay, y Paraguay, “favelas” en Brasil, “colonias populares” en México, “barriadas” en Perú, “barrio” en Venezuela, “*shanty towns*” en Sudáfrica, “*slum*” en el subcontinente indio y en gran parte del mundo anglosajón, así como también “*squatter settlements*”, “población callampa”, “campamentos”, y en el último tiempo, “aldea” en Chile, “*kampung*s” en el sudeste asiático, “*jhuggi-jhompris*” o “*bustees*” en el sur de Asia, “poblado de chabolas” en España, entre muchos otros conceptos que apuntan a señalar ciertas precariedades en la características urbanas que se comparten en distintos lugares del planeta.

### ***Sobre el producto comunicativo***

El objeto formal de estudio corresponde a la sección “Santiago” del diario generalista “La Tercera”, el segundo en importancia en Chile después de “El Mercurio”. Está compuesta de cuatro páginas, que incluye una portada con una gran fotografía, generalmente del espacio público de ciertos lugares de la ciudad. En su interior se desarrollan temas urbanos en general, así como también columnas de opinión de cronistas urbanos como Óscar Contardo, o arquitectos y urbanistas tanto del sector público como privado. Comenzó a publicarse en agosto de 2010, y su última edición fue en mayo de 2014. Destacaba entre las distintas secciones del periódico por el particular diseño de su portada, que estaba compuesta por una fotografía muy cuidada a página completa, un título y un resumen del artículo más importante abordado en la edición del día. Las 363 portadas de 2012 constituyen el objeto material de estudio de esta investigación, que se plantea:

- (i) proponer categorías de ciudad que permitan analizar las representaciones de dicho medio masivo, para
- (ii) establecer qué tipo de ciudad construyen las portadas de la sección.

### **Metodología**

Se analiza el año 2012 completo. Al situarnos en el universo teórico de Manuel Martín Serrano, la investigación desarrolla el “estudio de las representaciones”, o lo que viene a ser lo mismo, aplica la metodología de “análisis de contenido” a las 363 portadas. Para ello se elaboran dos tipos de cate-

rías. Por un lado, unas categorías particulares que vienen a determinar la tipología de la ciudad a partir de los cuatro conceptos revisados (informativo, global, creativo, e informal), y por otro, categorías de orden más general que apuntan a caracterizar a los ciudadanos o ciudadanas que habitan el espacio público de la ciudad. De esta forma se identifica, tanto las estructuras físicas que lo componen, como los rasgos y las acciones que desarrollan los ciudadanos que conviven con dichas estructuras. Todas las categorías del protocolo de análisis están diseñadas para que indiquen rasgos del territorio mostrado, o del ciudadano(a) que lo habita.

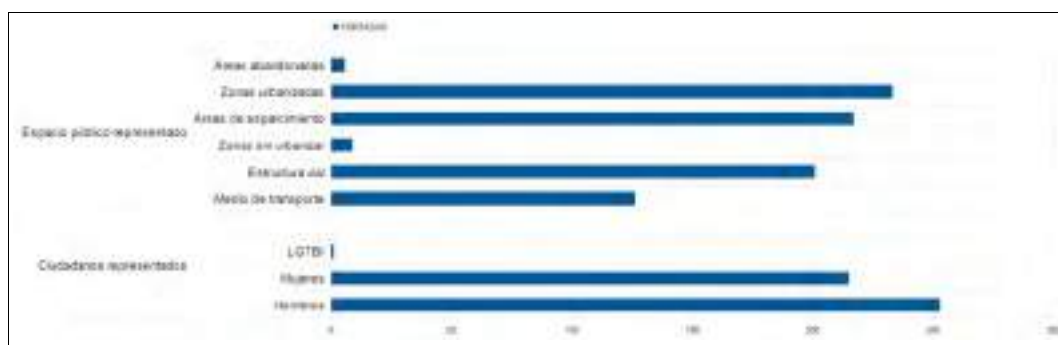
El análisis del contenido es una técnica “no intrusiva” capaz de ofrecer inferencias a partir de “datos verbales, simbólicos o comunicativos” (Krippendorff, 1990, p. 27). “Krippendorff, plantea el análisis de contenido como un método de indagación del significado simbólico de los mensajes” (Bernete, 2013: p., 233), por lo que resulta apropiado para abordar el estudio de los medios de comunicación masiva, muy particularmente los llamados icónicos.

## Resultados

De los ciudadanos(as), en un hecho que ya no sorprende, pero que debiera invitar a la reflexión, los hombres aparecen más que las mujeres (ver figura 1). También se observa la casi ausencia total del colectivo LGTBI. Sobre las estructuras del espacio público, son relevantes los datos de las “áreas abandonadas”, las “zonas sin urbanizar” y las “áreas de esparcimiento”. Las dos primeras muestran una presencia muy baja, casi como si no existieran, y la segunda, con una alta presencia, casi iguala a las “zonas urbanizadas”, lo que significa que la gran mayoría de dichas zonas, incluyen parques, áreas verdes u otro tipo de lugares de esparcimiento.

Este dato no deja de llamar la atención, si bien es la propia OECD, o la Organización Mundial de la Salud (OMS), quienes advierten del déficit de parques en Chile, hecho del que, por cierto, también da cuenta el diario “La Tercera” en otras secciones noticiosas.

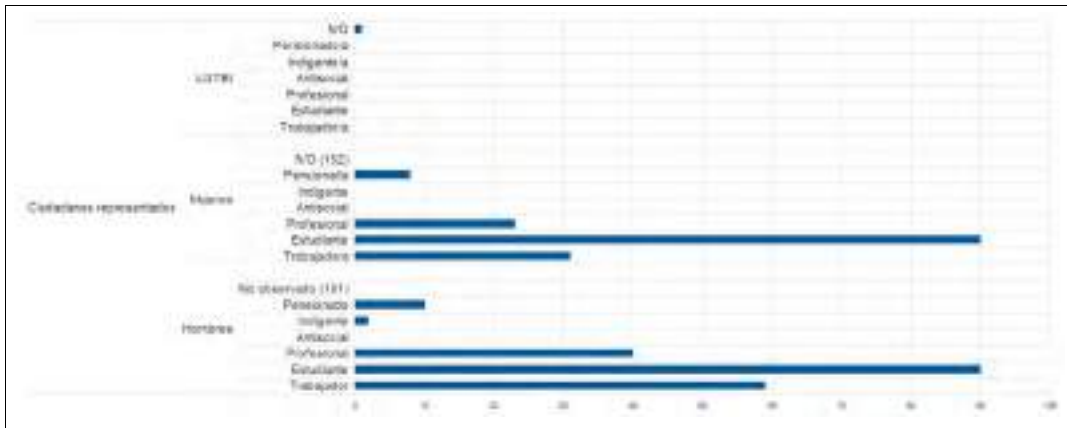
Figura 1: Estructuras del espacio público y género



Fuente: Elaboración propia, 2014.

En relación a la caracterización de los ciudadanos, de acuerdo a la figura 2 podemos señalar que tanto en hombres como en mujeres destacan por igual los estudiantes. A continuación se ubica la figura del trabajador y el profesional, donde sigue teniendo una presencia más fuerte la figura del hombre en ambos casos. La indigencia y la delincuencia están prácticamente ausentes del ejercicio. No siempre fue posible clasificar a los ciudadanos y ciudadanas que aparecían en las fotografías de portada, razón por la que la categoría “no observado” es tan alta en hombres y mujeres. Se codificó sólo donde la evidencia de los datos entregados por la imagen permitió una interpretación correcta.

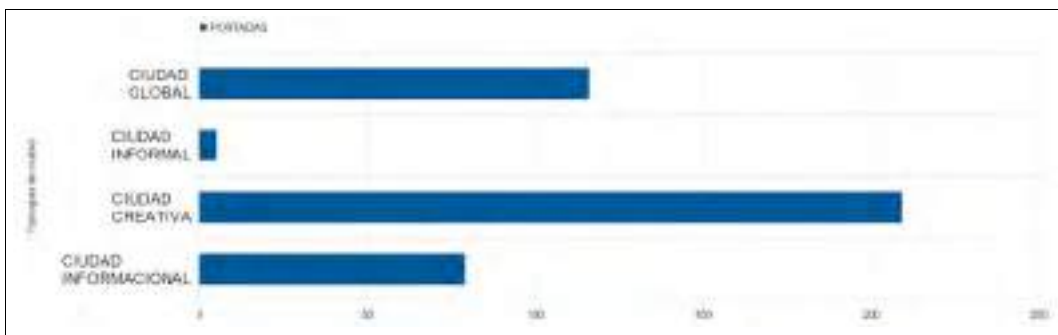
Figura 2: Ciudadanos representados



Fuente: Elaboración propia, 2014.

En relación al tipo de ciudad representada señalamos dos cosas a partir de la información que muestra la figura 3. La primera, que se advierte la baja representación de la “ciudad informal”, y por el contrario, se observa un claro predominio de ciertas características de una “ciudad creativa”. De hecho, tanto las características de la ciudad informacional como global, apenas llegan a la mitad de las portadas que contienen características de la ciudad creativa.

Figura 3: Tipología de ciudad



Fuente: Elaboración propia, 2014.

La siguiente figura (4) entrega datos más desagregados, revelando a la vez los indicadores utilizados para cada tipo de ciudad. Por ejemplo, son indicadores de una ciudad global: Los “Nodos de producción de servicios avanzados”, la “Urbanización dominada por los servicios”, y la “Economía precaria”. A su vez, los indicadores de una ciudad informal son la “Informalidad urbana” y la “Economía informal”. De una ciudad creativa, son el “Talento”, la “Tolerancia y bohemia”, y la “Tecnología”. Finalmente, indican una ciudad informacional los “Espacio de flujos”, y la “Expansión de la economía de servicios”. El indicador más representado en la portada de la sección Santiago es la “Tolerancia y Bohemia” de una ciudad creativa. Le sigue el “Talento”. Y en tercer lugar, aparece la “Urbanización dominada por los servicios a la información”, que indica la presencia de ciertos rasgos de una ciudad global. Se advierte muy poca representación de la “ciudad informal”.

Figura 4: Indicadores de los tipos de ciudad

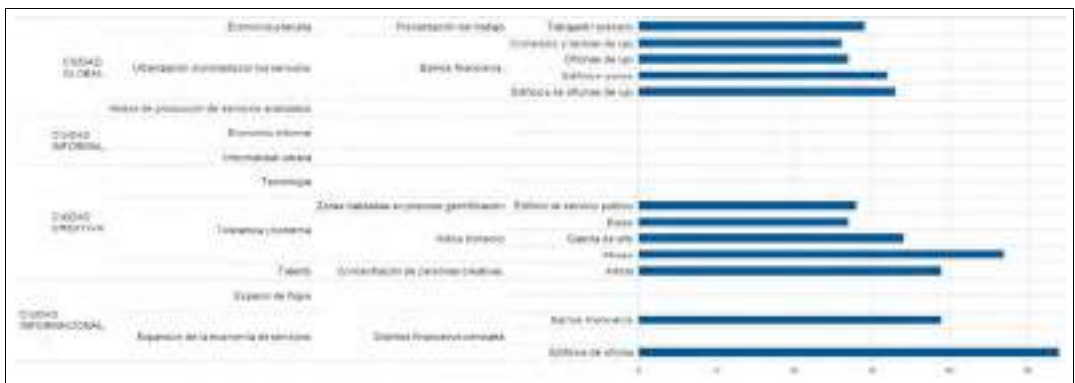


Fuente: Elaboración propia, 2014.

La figura 5, muestra las 10 categorías más representadas. La progresión de indicadores que aparecen en el gráfico sería la siguiente, si observamos la primera fila de la parte superior: de derecha a izquierda, la categoría “trabajador precario”, indicaría la “precarización del trabajo”, que a su vez indicaría una “economía precaria”, presente en una ciudad global. Pues bien. Lo primero que continúa destacando es la ausencia de datos de la “ciudad informal”. Al contrario, los “edificios de oficina” (última fila) de una ciudad informacional es la categoría más representada, seguida del “museo” (ver figura 6 en la siguiente página) como uno de los indicadores de la presencia de una ciudad creativa. También se observa que todas las categorías del gráfico dan cuenta de la conformación del territorio, salvo la del “trabajador precario”, mencionada en el inicio del párrafo.

De mayor a menor las 10 categorías más representadas son (1) “Edificios de oficina”, (2) “Museo”, (3) “Artista”, (4) “Barrios financieros”, (5) “Galería de arte”, (6) “Edificios de oficinas de lujo”, (7) “Edificios icono”, (8) “Trabajador precario”, (9) “edificio de servicio público”, y (10) “Bares”.

Figura 5: Categorías más representadas



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Figura 6: Museos de Santiago



Fuentes: “La Tercera”, 2012. Foto: Christian Iglesias 25/08/2012 (Der.). Foto: Andrés Pérez 06/04/2012 (Izq.).

Nos detenemos en la categoría de los “edificios de oficinas”, porque ellos aparecen en más de 50 portadas, lo que significa la publicación de 1 por semana, aproximadamente. De esas 50, 23 representan el barrio financiero conocido informalmente como “Sanhattan”, y 15 de ellas, reproducen la obsesión nacional con la torre Costanera Center, a la que se le conoce de muchas formas, una de ellas como “el techo de Latinoamérica”, aunque Josefa Errázuriz, Alcaldesa de Providencia, llama a la edificación “la coronta de choclo” (ver figura 7), expresión que se utiliza en Chile para hacer referencia al zuro de la mazorca.

La torre Costanera sale retratada desde todos los ángulos y en todas sus edades. Desde la conformación de su estructura gruesa, hasta la postura del último cristal que reviste el exterior, pasando por escenas que daban cuenta del avance de la obra, o de los parques que se ubican en sus inmediaciones.

Figura 7: Torre Costanera y barrio “Sanhattan”



Fuentes: “La Tercera”, 2012. Foto: Reinaldo Ubilla 10/12/2012 (Der.). Foto: Ricardo González 24/03/2012 (Izq.).

## Conclusiones

Los datos desnudan la fragilidad de la sociedad chilena, que al contrario de sus vistosos números macro económicos, presenta más penurias de las que está dispuesta a reconocer. Chile en general, y Santiago en particular, conforman un sistema social profundamente desigual y segregado, el que sin embargo desea jugar en ligas mayores. El caso analizado intenta construir una imagen urbana arquetéptica, que encarna y simboliza a un grupo de naciones, o mejor diremos, a un grupo de economías avanzadas, ubicadas muy lejos del barrio al que pertenecemos y en el que nos encontramos empadronados.

Hay un concepto acuñado en el inicio del Siglo XXI, por el Intendente de la época Marcelo Trivelli, que es el de “Capital de clase mundial”. Aunque no califico las intenciones, creo que lo decía con cierta convicción, aunque la posibilidad de lograr esa definición haya sido, y siga siendo, muy difícil. Tal vez en esa línea va la reproducción de un icono como el edificio “Costanera Center” y de un barrio como “Sanhattan”. El hasta hoy “techo de Latinoamérica”, ha transformado el espacio público de una pequeña porción de la geografía urbana de la ciudad, o mejor diremos ha transformado la realidad material, y el diario “La Tercera” por su parte, convierte dicha transformación en un símbolo de poder, con un marcado ethos financiero, que aspira a ser regional, e incluso global.

“Sanhattan” se constituye así en el símbolo de las economías de las sociedades capitalistas avanzadas, en un intento exagerado por dejar clara la vocación ultra liberal de una nación donde alguna vez se fraguó una revolución “con empanada y vino tinto” (Villalobos-Ruminott, 2008). Pero *Sanhattan* es un pastiche. Es en concreto, un área diminuta conformada por no más de 20 edificios de alturas moderadas, que incluye el edificio *World Trade Center* (WTC) chileno, y la embajada de EE.UU., y donde *Google maps* nos permite observar el incipiente e inacabado proceso de gentrificación, o dualización en palabras de John Kasarda (1985), en el que conviven a menos de 50 metros, zonas acristaladas financieras, con pequeños abastos de verduras, triciclos repartidores, y viandantes del barrio de toda la vida. Esta realidad deja a “Sanhattan” como un proyecto en construcción, con toda la carga simbólica que implica dicho concepto, tal y como se ve la torre *Costanera Center* asomada en la esquina superior izquierda de la figura 8: inacabada.

Figura 8: Torre Costanera y barrio “Sanhattan” en Google maps



Fuente: Google, 2012.

Es el propio cronista urbano del diario “La Tercera”, Oscar Contardo, quien se encarga de darnos el más real de los titulares: “Santiago es la capital de los siúticos, una saga de imitaciones” (Miranda, 2012). No extraña entonces el texto de inicio de uno de los capítulos de su libro “Santiago capital”.

En su primera visita a Santiago la millonaria heredera norteamericana Margaret Rockefeller Strong hizo el siguiente comentario sobre nuestra capital: «Se parece a El Cairo». Eso dijo o al menos eso dicen que dijo (...) Tal vez pensaba en el comercio callejero, y seguramente en la sequedad del paisaje que observó en el trayecto desde el aeropuerto a la ciudad: esa aridez interrumpida débilmente por el río que atraviesa Santiago como el rastro de una cicatriz vacilante la mayor parte del año anémica, y a veces sorpresiva y trágicamente abundante. Un río muy distinto del Nilo, por cierto. (Contardo, 2012, p. 8)

Volvemos entonces al objeto que da título a este trabajo, las postales de correo, cuyas imágenes estereotípicas pueden ser fácilmente confundibles con las representaciones de la ciudad que muestra como ejemplo la figura 9. Lejos de problematizar sobre el uso y las posibilidades de un espacio público ciudadano, como “(...) escenario especialmente inestable, sostenido a base de acuerdos espontáneos, fruto en definitiva de una labor de producción colectiva y permanente” (Marrero Guillamón, 2008: p., 87), la sección del diario “La Tercera” construye la imagen de una ciudad más bien creativa, pero a la que no le falta un centro financiero que la sitúe de igual a igual con los grandes nodos de control financiero globales. El símbolo del poder económico. Algo que al parecer tiene más de representación que de realidad.

Figura 9: Torre Costanera de noche y en construcción



Fuentes: “La Tercera”, 2012. Fotos: Richard Ulloa 20/07/2012 (Der.), 29/06/2012 (Izq.).



## REFERENCIAS

- Allen, L. K. (2010). *Rethinking the informal city: Critical perspectives from latino america* (1st ed. ed.). New York; Oxford: Berghahn Books.
- Bernete, F. (2014). Análisis de contenido (cuantitativo y cualitativo). En: A. Lucas Marín y A. Noboa (eds), *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos* (pp. 245-282). Montevideo, Uruguay: Fundación de Cultura Universitaria.
- Brillembourg, A., & Klumpner, H. (2005). *Informal city: Caracas case* ([translations, Rebecca Blackwell ... et al.]. Trans.). Germany: Munich: Prestel.
- (2014). Urban-think tank. The chair of architecture and urban design ETH. Retrieved from <http://u-tt.arch.ethz.ch/news/>
- Castells, M. (1989). *The informational city: Information, technology, economic restructuring and the urban-regional process*. Oxford: Basil Blackwell.
- (1995). *La ciudad informacional: Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza.
- Collier, P. (2008). *El club de la miseria: Qué falla en los países más pobres del mundo*. Madrid: Turner.
- Contardo, Ó. (2012). *Santiago capital*. Santiago: Editorial Planeta Chilena.
- Duhau, E. (2004). *Espacio público y nuevas centralidades: dimensión local y urbanidad en las colonias populares de la ciudad de México*. Toluca (México): Universidad Autónoma del Estado de México.
- (2008). *Las reglas del desorden: Habitar la metropoli* (1ª ed. ed.). México, D.F.: Siglo XXI: Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco.
- Fiori, J. (2013). Informal city: Design as Political engagement. In T. Verebes (Ed.), *Masterplanning the adaptive city: Computational urbanism in the twenty-first century* (pp. 40-48). Routledge.
- Florida, R. (2008). *Who's your city?* New York: Basic books.
- (2009). *Las ciudades creativas: Por qué donde vives puedes ser la decisión más importante de tu vida*. Barcelona: Paidós.
- (2010). *La clase creativa: La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Barcelona: Paidós.
- Glaeser, E. (2011). *Triumph of the city: How our greatest invention makes us richer, smarter, greener, healthier, and happier*. London: Penguin press.
- (2011). *El triunfo de las ciudades : Cómo nuestra mejor creación nos hace más ricos, más inteligentes, más ecológicos, más sanos y más felices*. Madrid: Taurus.
- INE. (2014). Actualización de proyecciones de población (2002-2020). Retrieved from [http://www.ine.cl/canales/chile\\_estadistico/demografia\\_y\\_vitales/proyecciones2014/proyecciones-de-poblacion-2014.xlsx](http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/demografia_y_vitales/proyecciones2014/proyecciones-de-poblacion-2014.xlsx)
- Informal city. (2014). Retrieved from <http://informalcity.aaschool.ac.uk/>
- Jirón, P. (2010). The evolution of the informal settlements in Chile: Improving housing conditions in cities. In F. Hernandez, & L. Allen & P. Kellett (eds.), *Rethinking the informal city: Critical perspectives from latin america* (pp. 71-90). Berghahn Books.
- Kasarda, J. D. (1985). Urban change and minority opportunities. In P. E. Peterson (Ed.), *The New Urban Reality* (pp. 33-67). Washington, D.C.: Brookings Institution.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Martín Serrano, M. (1978). *La mediación social* ([2a. ed.] ed.). Madrid : Akal.,
- (1986). *Presentación de la teoría social de la comunicación*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Marrero Guillamón, I. (2008). La producción del espacio público: Fundamentos teóricos y metodológicos para una etnografía de lo urbano. *Textos: Revista d'Antropologia i Investigació Social*, (1), pp. 74-90.
- MIDEPLAN-PNUD. (2006). *Las trayectorias del desarrollo humano en las comunas de Chile (1994-2003)*. Santiago de Chile: Mideplan.



- Miranda, R. (2012, 18/08/2012). Santiago es la capital de los siúuticos, una saga de imitaciones. *La Tercera*, p. 85.
- OECD. (2013). *OECD urban policy reviews, chile 2013* OECD Publishing. doi:10.1787/9789264191808-en
- (19 octubre 2014). Data visualisation for key OECD data. Retrieved from <http://www.oecd.org/statistics/compare-your-country.htm>
- Orellana, A. (Octubre 2014). Índice de calidad de vida urbana (ICVU). Retrieved from <http://www.estudiosurbanos.uc.cl/component/zoo/item/indice-de-calidad-de-vida-urbana-icvu>
- Orellana Ossandón, A., Bannen Lanata, P., Fuentes Arce, L., Gilabert Peralta, H., Pape Casale, K. (2013). Huellas del proceso de metropolización en Chile. *Revista INVI*, 28(77), pp. 17-66.
- Ossa, C. y Richard, N. (2004). *Santiago imaginado*. Bogotá: Taurus.
- Pino Vásquez, A., Ojeda Ledesma, G. (2013). Ciudad y hábitat informal: Las tomas de terreno y la autoconstrucción en las quebradas de Valparaíso. *Revista INVI*, 28(78), pp. 109-142.
- Sassen, S. (1991). *The global city: New york, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
- (1999). *La ciudad global: Nueva york, Londres, Tokio*. Buenos Aires: Eudeba.
- SUBDERE (Octubre 2014). Sistema nacional de información municipal. Retrieved from <http://www.sinim.gov.cl/>
- Torres, C.A. (2011). Ciudad informal colombiana colombian informal city. *Bitácora Urbano-Territorial*, 1(11), pp. 53-93.
- UNDP. (2014). *Human development report 2014. sustaining human progress: Reducing vulnerabilities and building resilience*. New York: United Nations Development Programme.
- United Nations (2012). *World urbanization prospects: The 2011 revision*.
- Villalobos Ruminott, S. (2008). Modernidad y dictadura en Chile: La producción de un relato excepcional. *A Contracorriente: Revista De Historia Social y Literatura en América Latina*, 6(1), pp. 15-49.
- VV. AA. (2012). Santiago. *La Tercera*.

## SOBRE EL AUTOR

**Claudio Lagos-Olivero:** Doctorando en comunicación social, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid (UCM); Máster universitario en Comunicación Social, UCM (2012); Magíster en Comunicación Política, Universidad de Chile (2010); Licenciado en Comunicación Social y Periodista, Universidad de Artes y Ciencias Sociales, UARCIS, Chile (2002); Técnico universitario en publicidad (egresado), Universidad de Santiago de Chile (1994). Becario de la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología de Chile (Conicyt), en la fase final de la investigación doctoral que trata sobre la construcción simbólica de la ciudad de Santiago de Chile a través de la producción cinematográfica nacional.

# A imagem e o imaginário da cidade paradigmática: uma leitura do espaço-tempo no filme *Meia Noite em Paris*

Valéria Cristina Pereira da Silva, Universidade Federal de Goiás (UFG), Brasil

**Resumo:** Paris é uma cidade emblemática e paradigmática por ser a mais difundida em imagens. A paisagem, o urbanismo, as formas arquitetônicas serviram de modelo para as cidades em todo mundo, inclusive no Brasil. Falar de imaginário da cidade, em qualquer contexto, implica em recorrer a esse espaço referencial. Trata-se de uma cidade que contém o tempo e um denso legado cultural que produziu igualmente uma rica representação. Woody Allen no filme *Meia Noite em Paris* captou a essência desse imaginário para o qual, o encontro com a cidade consiste em buscar uma época passada. Os degraus do tempo emolduram a cidade e conformam sua paisagem, como afirma W. Benjamin (1989) os elementos temporais mais heterogêneos encontram-se lado a lado. Desse modo, o objetivo deste trabalho é, a partir da imagem da cidade apresentada no filme *Meia Noite em Paris*, analisarmos o sentido da temporalidade urbana na sua relação com o imaginário paradigmático da capital francesa, sobretudo, como irradiadora modelos e metáforas. O aporte teórico-metodológico utilizado para essa investigação é a fenomenologia da imaginação de G. Bachelard e a montagem benjaminiana, onde uma *flanerie* imaginária será empreendida nesta cidade-tempo forjada por W. Allen.

**Palavras-chaves:** cidade, imagem, espaço-tempo, paradigma urbano

**Abstract:** Paris are a emblematic and paradigmatic city cause it's most showing in images. The landscape, the Urbanism, the architectural forms are used as a model to city around the world, inclusively in Brazil. Talking about urban imaginary, at any context, demand uses this referential space. This is a city who has a very long time of existence and a very big cultural legacy who produce a very rich representation. Woody Allen at "Midnight in Paris" was captured the essence of this imaginary where, to find the real city, we need search them at an old era. The time steps surround the city and suited their landscape, as proven W. Benjamin (1989) the temporal elements more heterogeneous can be found side-by-side. In this way, this article's goal is, such a city's image showing at "Midnight in Paris", analyzing the senses of urban temporalities at her relationship with the paradigmatic imaginary of the French's capital city, overall as irradiating of model and metaphors. The theoretical and methodological support used for this examination is Gaston Bachelard's imagination's phenomenology and the Walter Benjamin elaboration, where an imaginary "flanerie" will be undertaken at this time-city wrought by W. Allen.

**Keywords:** City, Image, Space-Time, Urban Paradigm

## Introdução

Paris é um empuxe para criação e ao mesmo tempo um cartão postal imaginário. É também a cidade que “colecciona” épocas e personagens, numa rica e densa experiência artística, estética, estilística e histórica, seu espaço é testemunho e palco. E ainda podemos acrescentar o imaginário da *Paris Noturna*, como espaço-tempo da festa dos sentidos da atividade literária. Partimos do pressuposto que no filme *Meia Noite em Paris* os sentidos essenciais presentes no imaginário da cidade foram trabalhados e ressignificados. Desse modo, nossa busca é analisar as imagens do filme *Meia Noite em Paris* de Woody Allen, identificando neste, o imaginário urbano, a temporalidade, a cidade como paradigma irradiador de gestos, objetos, metáforas e sonhos e como lugar do tempo criativo e da imaginação. Desmontando e decodificando signos e símbolos dessas imagens para compreender imagens dentro de imagens e tecer uma releitura da mais imaginária de todas as cidades: Paris.



## Paris: a festa do tempo

Parece que quando vamos à Paris, inconscientemente, buscamos ir, sobretudo, numa Paris do passado, seja uma Paris da *Belle Époque*, seja uma Paris da *Folle Époque*<sup>1</sup>, ou ainda mais remota, dos salões de Versalhes ou a velha Paris. Não se trata apenas de ir a um lugar, mas há um lugar num determinado tempo pretérito com todas as possibilidades que esse espaço simbólico e memorial permitir. Cada qual busca a *época de ouro* que melhor lhe aprouver e a cidade oferece isto. No imaginário, a Paris contemporânea, de fato, não aparece, nunca aparece. As esquinas do passado, os cafés de outrora, vitrines com rendas e sombrinhas antigas são permanências que tornam “invisíveis” a Paris das torres de vidro verticais, dos espaços pós-modernos das novas arquiteturas, sobretudo, as paisagens criadas a partir da segunda metade do séc. XX para cá. Irretocavelmente a Paris do séc. XIX, do auge do capitalismo, é o centro desse imaginário.

Figura 1: Monumento "L'heure de tous". Autor Arman, 1985. Gare de St. Lazare, Paris



Fonte: Elaboração própria, 2010.

Como sugere a emblemática imagem apresentada na figura 1, o relógio como um símbolo da passagem do tempo multiplica-se. A escultura localizada em frente a *Gare Saint Lazare* emerge como uma representação dos tempos empilhados que a cidade abriga. Colin Jones (2013: 14) destaca a duração de mais de 2.000 anos da história de Paris. Uma cidade tão antiga, quanto amada e admirada. Para Jones (2013) o afeto está ligado à identidade histórica da cidade, mais do que qualquer outra, mesmo àquelas de importância histórica universal. Uma cidade visitada até mesmo nos sonhos e na imaginação daqueles que nem a conheceu pessoalmente. De acordo com Jones (2013: 21) Charles Baudelaire teria traçado o lema da nostalgia parisiense com a celebre frase “A forma de uma cidade muda mais rápido do que o coração de um mortal”. Mas esse fenômeno – a nostalgia parisiense – seria tão antigo quanto a própria cidade, segundo o autor. Há uma imensa lista de registros e de demonstrações afetivas para com a cidade.

No filme de Woody Allen o tema do afeto dedicado à cidade de Paris está muito presente no comportamento e na relação que o personagem estabelece com este espaço. Contudo, no que corresponde ao aspecto da nostalgia, embora esse seja também um recorrente tema parisiense, minha tese é que o filme remonta-nos a força imaginante do espaço temporalizado, ou seja, não se trata de um

<sup>1</sup> A *Folle Époque* é também conhecida como os loucos anos 20, corresponde ao comportamento e aos acontecimentos nos anos que se seguiram ao fim da segunda guerra mundial. Um período marcado por forte crescimento econômico até a crise de 1929, pela intensificação do individualismo, marcado também por um comportamento expansivo, questionador que quebra tabus e paradigmas. As roupas se encurtaram e tornaram-se mais leves. Na literatura e na artes também verifica-se uma mudança radical que manifestar-se-á na Escola de Paris, Batista (2012).

caso de nostalgia, mas da força referencial que as marcas do tempo causam num observador dado. Corresponde a um modo de sentir num espaço moldado pela memória, e eu diria que é como uma espécie de “*Síndrome de Stendhal*”<sup>2</sup> como analogia, do que poderíamos chamar aqui de “*síndrome de Gil*” para atribuir uma compreensão do efeito emocional que nos causam os espaços que detêm densa temporalidade, simbólica e significativa. W. Benjamin (1989) destacou muito bem esse aspecto:

Os elementos temporais mais heterogêneos se encontram, portanto, na cidade, lado a lado. Quando, saindo de um prédio do século XVIII, entramos em outro do século XVI, precipitamo-nos numa vertente do tempo; se logo ao lado está uma igreja de época do gótico, atingimos o abismo; se a alguns passos à frente nos achamos numa rua dos anos básicos... subimos a rampa do tempo Quem entra numa cidade, sente-se como numa tessitura de sonhos, onde o evento de hoje se junta ao mais remoto. Um prédio se associa a outro, independentes das camadas de tempo às quais pertencem; assim surge uma rua. E adiante, no que essa rua, seja ela do período de Goethe, desemboca noutra, seja esta do período do imperador Guilherme, surge o bairro...Os pontos culminantes da cidade são suas praças, onde desembocam radialmente muitas de suas ruas, mas também são as correntes de sua história[...]. (Benjamin, 1989: 209)

Os escritos de W. Benjamin põem em evidência os efeitos dessa temporalidade como percepção do espaço urbano, a tessitura de sonhos consiste nesse deslizamento de muitas épocas memoráveis, personagens célebres, monumentos e imagens, numa paisagem onde tudo é tempo: o tempo como longa duração, o tempo sensível da percepção dos lugares, o tempo epigramático das lembranças anônimas daqueles que caminharam por suas ruas indeléveis. O tempo eterno da vasta e densa literatura que a retrata e de todas as artes que a registraram e registram da pintura à escultura, passando pela fotografia e o cinema.

Considero que neste aspecto é possível estabelecer uma tessitura entre as observações de W. Benjamin e a filmografia de Woody Allen que não só captou essa essência, como também a aprofunda em *Meia Noite em Paris*, e igualmente aqui não se trata de nostalgia. O personagem Gil não é um nostálgico, mas alguém que tem uma experiência, uma percepção, um modo de sentir, uma espécie de catarse provocada pela ambiência da cidade e seu espaço mnemônico-imaginário. Este aspecto traduz o modo como a temporalidade urbana afeta a sensibilidade e a emoção, relaciona-se a tessitura de sonhos de que fala W. Benjamin (1989). Uma cidade impressa na fantasia do tempo, envolta em camadas e camadas de memórias, esculpidas no fiar dos séculos que transporta-nos, a partir do espaço, num tempo vivido. Esse aspecto foi muito bem trabalhado na visita do personagem Gil, à Paris dos anos 20, e depois, junto com Adriana à Paris da *Belle Époque*.

Figura 2: Chegada ao Maxi's na Belle Époque



Fonte: *Midnight at Paris*, 2011.

<sup>2</sup> De acordo com Manguel (2001: 29) o escritor francês Stendhal relata uma visita que fez a Florença em 1817, descrevendo os efeitos do seu encontro com a arte italiana e o aparecimento de uma doença psicossomática diagnosticável. Ao sair da Igreja de Santa Croce ele narra que sentiu uma palpitação e a vida esvaindo dele. C.f. também [http://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADndrome\\_de\\_Stendhal](http://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADndrome_de_Stendhal)

A *Belle Époque* não poderia deixar de ser citada, já que o autor buscou sublinhar o essencial que marca a Paris imaginária. Entretanto não há nostalgia, como não há melancolia em Gil, tanto que o tempo que o inspira é a *Folle Époque*. A *Folle Époque*, como explica Batista (2012), foi um termo que surgiu juntamente com o termo *Escola de Paris*, cuja existência consistira numa força atrativa que fazia ir para aquela cidade artistas do mundo inteiro para produzir suas obras. Esse comportamento colaborou com mais um emblema para a cidade: o título de capital mundial da arte. A *Folle Époque* consistiu, de acordo com Batista (2012), em manifestações artísticas e mundanas, realizadas em um ritmo frenético, na necessidade de gozar a vida em todas as suas perspectivas. Quatro anos após o final da primeira grande guerra esses boêmios foram também denominados por Hemingway, em *Paris é uma festa*, como a *geração perdida*.

Como o próprio Hemingway diria um dia, reinterpretando a expressão que Gertrude Stein cunhara num destempero peculiar dela, ele se sentia membro de uma geração criada com valores e perspectivas que já não significavam quase nada no mundo do pós-guerra: uma geração perdida. Uma geração que precisava se reencontrar. E se reencontrar em Paris, é claro. (Aguiar, 2013: 13).

Para se reencontrar, de acordo com Aguiar (2013), essa geração, seguindo o caminho que muitos artistas já haviam feito anteriormente, Paris torna-se o lar intelectual desse grupo e nesse momento foi cimentando no imaginário da cidade que, só faz uma boa arte quem estivesse ou fosse para este ambiente. Isso tornou-se um valor de época:

Entregar-se inteiramente a arte, pagando um preço por isso, e passar a fome que fosse, contanto que em Paris, eram, sem dúvida, ideais, modelos e valores daqueles tempos. Em que mais acreditar senão na arte, que era o que explodia de mais humano e exuberante nas telas dos pintores, nas formas das esculturas e nas ousadas páginas dos escritores da moda? Afinal, muito da ingenuidade e da esperança no futuro – toda confiança depositada na virada para o século XX- ficara enterrada, junto com a Belle Époque, no lamaçal das trincheiras da I Guerra...(Aguiar, 2013:12).

Ainda hoje, e mais do que nunca, Paris figura como uma capital mundial da arte, que reúne, nutre, e continua permitindo a criação e a partir desse imaginário permanece atraindo artistas e intelectuais de todo o mundo.

Gil também busca na cidade este aspecto: a partida da criação, no sentido bachelardiano, e comporta-se como o *flâneur* de W. Benjamin: sai a noite em busca de inspiração e perde-se no urbano, ou seja, tudo o que preconiza o imaginário desta cidade faz parte do seu itinerário. O personagem descobre, por sua vez, a chave da inspiração nesse caminhar noturno, toma a via do tempo e vai para “*Escola de Paris*”, espaço-tempo que só essa cidade poderia lhe permitir.

A partir daí inicia-se uma intensa intertextualidade com a obra de Hemingway, que já nas primeiras cenas do filme, começa com uma citação da obra *Paris é uma festa*. Este livro, significativamente intertextualizado no filme, trata-se de uma espécie de memorial onde Hemingway (1964) escreve sua residência em Paris no período de 1921 a 1926. O autor inicia a elaboração do livro em 1957 e finaliza-o em 1960, abrindo seu texto com um alerta: “Se o leitor preferir, considere este volume como um trabalho de ficção. Seja como for, ficção ou não, há sempre a possibilidade de que lance alguma luz sobre aquilo que foi escrito como matéria de fato” (Hemingway, 1964: 7). No filme, Gil encontra-se com Hemingway e começa a viver uma vida semelhante a do escritor americano na década de 1920, inclusive entrando no círculo de artistas que fizeram parte da vida de Hemingway em *Paris é uma festa*. O sonho de Gil de sair dos EUA e, definitivamente, viver sua “juventude criativa” em Paris escrevendo romances parece coincidir e se confundir com parte da biografia de Hemingway. A própria epígrafe do livro *Paris é uma festa* que justifica seu título: “Se você teve a sorte de viver em Paris, quando jovem, sua presença continuará a acompanhá-lo pelo resto da vida, onde quer que você esteja, porque Paris é uma festa móvel”. (Hemingway, 1964: 5), parece tornar-se um lema também para Gil.

Neste ponto, o espaço imaginário e paradigmático também significa a movência, Gil ganha a Paris noturna, caminha pela chuva nas ruas da cidade, quer habitá-la, nesse modo de vida e nessa

geografia, que é praticamente uma cartografia literária de épocas pretéritas. Essa experiência traria-lhe uma outra narrativa, seria a possibilidade da escrita e da festa.

Gil, do mesmo modo que Hemingway nos anos 20, encontra-se com Gertrude Stein, Zelda e Scott Fitzgerald e tantos outros, além do encontro com o próprio Hemingway. É evidente a intertextualidade que Woody Allen faz com a obra de Hemingway para criar o seu enredo e o próprio personagem Gil representa o escritor forjado nas ruas e no tempo de Paris. Num certo sentido, quando Gil encontra-se com Hemingway é como se encontrasse com um espelho. Gil está para Paris como Hemingway esteve para Paris. O convívio com os artistas, as ruas da cidade, suas imagens faz com que em *Meia Noite em Paris* revelem a Paris imaginária, envelopando uma imagem dentro de outra.

### Paris literária e filmográfica: a relação entre o referente e as representações

As fotografias em movimento de W. Allen são cartões-postais imaginários. Um desfile de imagens simbólicas, abrem o filme:

Figura 3: Vistas de Paris



Fonte: Cenas do filme “Meia Noite em Paris”, 2011.

Gil está no verão, há muito sol nos seus trajetos diurnos, a chuva lhe é conveniente e tranquila para um passeio. Hemingway (1964) descreve seus trajetos, ponto por ponto, rua por rua, cafés, restaurantes, lugares de encontro, as margens do Sena e tantos espaços capazes de formar um mapa literário. As imagens de W. Allen são também um passeio foto-filmográfico – uma soma de lugares icônicos – uma síntese plena de encantamento. Mas aqui não apenas o mapa, ou o texto e sim a tela “formando” o quadro parisiense.

Pesavento (1999: 29) afirma que nunca se escreveu tanto sobre uma cidade como sobre a cidade de Paris. A autora destaca que apesar de megalópoles, como Nova York, São Paulo, Tóquio terem adquirido cada vez mais importância ao final do século XX, Paris continua como uma realidade urbana emblemática, a cidade como difusora de modelos, ideias e estilos:

Se, afinal, os estudos urbanos tiveram o seu início na Inglaterra, por que a capital da França, e não a gigantesca Londres, se tornou o lugar emblemático da metrópole revelada no século XIX pela eclosão do capitalismo? Não nos referimos apenas ao que se tem escrito sobre a cidade no âmbito do conjunto das ciências humanas, ao qual agregamos os trabalhos de urbanistas junto aos dos historiadores e sociólogos. De tema de pesquisa e objeto de reflexão, Paris é ainda, a fonte de inspiração de poetas, escritores, pintores e fotógrafos. (Pesavento, 1999: 29).

Paris, portanto, é uma capital paradigmática e isso se deve, sobretudo, ao seu imaginário. De todas as artes, a literatura ocupou nesta cidade um lugar privilegiado. W. Benjamin (1995: 195) em *Paris, a cidade no espelho – uma declaração de amor dos poetas e artistas a capital do mundo* - já havia destacado que não há nenhuma cidade que se ligue mais intimamente ao livro do que Paris. A cidade constitui-se de livro e livro adentro, o que alimenta uma ociosidade criativa e reveladora de uma completa e feliz liberdade. “Pois sobre os desnudos *quais* do Sena há séculos se deitou a hera de folhas eruditas: Paris é um grande salão de biblioteca atravessado pelo Sena.” (W. Benjamin, 1995: 195).

Nesse processo de escrita o texto urbano une-se ao texto literário e muitos emblemas foram criados: *cidade Luz, capital mundial da arte, capital do mundo, capital da moda, centro do mundo, cidade do amor...* Assim, o que dizer de Paris como referente? Tudo parece ser representação! O que dizer de uma cidade tantas vezes escrita, pintada, encenada, lida nas obras de irretocáveis intelectuais, célebres e incontáveis artistas através dos séculos? Como referente temos somente a Paris que visitamos, que olhamos e tocamos, além das imagens, mas que sem enganos no seu próprio tempo também tornar-se-á uma representação! Mas por um instante é preciso um exercício para ver a Paris esfoliada das camadas e camadas de imagens que a reveste e vê-la para além dos arquétipos que a inscreve.

Contudo, tomar seu referente é estabelecer neste espaço de tantos tempos adensados e conectados, uma busca original, íntima e profundamente singular. A Paris repleta de detalhes faz com que o diário de viagem de qualquer visitante torne-se também uma fotografia-texto, no qual colhemos impressões da cidade monumental e também da cidade cotidiana. Como esclarece-nos Dubois (2012: 146). Numa imagem fotográfica não adianta buscar o índice, o melhor é sair dele, é preciso cortar a relação especular de co-presença para entrar no ato narrativo, no qual o referente não desaparece no invólucro de diversas representações. Fui a Paris três vezes, duas no outono e outra no verão, e assisti ao Filme de Allen incontáveis vezes. O que mais me impressionara neste filme foi o modo como ele foi fiel ao imaginário da cidade, que é sem dúvida uma dimensão expressiva da sua realidade, mas esta também contém outros modos de expressão invisíveis.

A primeira imagem que me atingiu, quando cheguei em Paris, fora a Catedral de *Notre Dame*, ao adentrar por sua nave, senti o toque dos séculos e das almas que por ali se detiveram sob os seus arcos dobrados tanto quanto o incenso de Alecrim envolto na luz tênue do interior que exalava um aroma esfumato. A nave enlaçava arcos, colunas, candelabros, pedras e mistérios. Uma catedral que parecia ser feita só de tempo! Na paisagem urbana, impressionara os muitos jardins que remetem-nos, sem esforço, a um *Éden*, o céu leve, de gaiotas nas esculturas brancas, dava uma cor ao tempo que se estendia sobre o jardim: suavemente nublado com pontas de sol. O lago-fonte do *Jardin das Tulheries*, trazia as folhas de outono flutuando na água, enquanto os patos comiam miolos de pão. Uma poética do espaço em imagens cotidianas ainda ausentes de moldura. Esse estado-pensamento pôs-me uma questão interessante: de fato, o que diferencia a realidade da sua representação?

Figura 4: O carrossel e a Torre



Fonte: *Elaboração própria, 2010.*



A *Torre Eiffel*, uma das imagens mais difundidas de Paris, torna-se singular vista por outro prisma. As cores brilhantes do carrossel contrastam com o “bronze envelhecido” da Torre num encontro inusitado de composição *livre-lúdica* que a cidade permite – as distintas temporalidades, da torre e do carrossel, permanecem intactas e convergem em forma de *débris* que oscilam no alto e no baixo da paisagem – prismas da marchetaria do tempo estendido por um tapete de dias.

Figura 5: Casa de Marcel Proust, Paris



Fonte: Elaboração própria, 2010.

Um passeio casual pelas ruas de Paris pode fazer-nos deparar com casa onde viveu *Marcel Proust* ou *Victor Hugo* e aí como não lembrar a obras monumentais . *Em busca do tempo perdido* - como bem definiu Olgária Matos (1989): *obra de um luxo cromático e de um barroco sentimental tecida dentro da noite*. Ou *Les Miserable* de Victor Hugo. Não por acaso, Paris é a cidade mais literária do mundo. Aqui eu fui acometida pela “síndrome de Gil”. O segredo da cidade está também nas pessoas que passam por ela. W. Allen foi perspicaz nesse aspecto, citando no filme personagens célebres embora, fizesse um recorte delineando a literatura americana, inspirada na Paris dos anos 20, e não propriamente a Paris vista pela literatura francesa, nos seus tempos empilhados cujas marcas na paisagem são fundamentais.

Paris é realmente uma festa: a dos sentidos, aromas e paladares tomam as ruas, os cafés, os jardins e as praças. O gosto adocicado dos crepes e o perfume do chocolate é um pouco o sabor da cidade. Aromas nos seguem pelas ruas e sons geram lembranças. Uma cidade que facilmente você pode encontrar um violinista na curvatura de uma ponte. Desse modo, o referente é um feixe de experiências da relação que estabeleço entre a cidade e as palavras, com imagens no meio. Num ponto de articulação entre o visto, o lembrado e o guardado, assim como o imaginado não está livre das impressões-acontecimentos. Em Montmartre, por exemplo, chamaram-me a atenção outros secretos e surreais “cartões-postais”: Uma estátua saindo de uma parede de pedras e uma bicicleta de poá (estampa de bolas) estacionada na borda do jardim-calçada.

Figura 6: Bicicleta com bolas brancas. Montmartre, Paris



Fonte: Elaboração própria, 2010.



Figura 7: Atravessando o muro. Escultura em Montmartre, Paris



Fonte: Elaboração própria, 2010.

Figura 8: Pontes sobre o rio Sena



Fonte: Elaboração própria, 2010.

Sempre desejei visitar Paris na primavera, mas o outono revelou-se surpreendente. As folhas vão pouco a pouco se desprendendo das árvores e tem matizes que vão do amarelo ao marrom, passando pelo terracota e o ocre, fazem um balé pelos ares nas lufadas de vento e nos seguem por toda parte. A revoada de folhas que se desprendem das árvores nos seus carrosséis de cor, de aromas é muito mais significativa do que em qualquer imagem dada. Hemingway (2013) escrevera que se havia um tempo realmente triste em Paris era no inverno. Contudo nem o inverno, nem os problemas metropolitanos contemporâneos tocam a atmosfera de Meia Noite em Paris. Lá a cidade está intacta.

### **A Paris universal: na trilha do flâneur absoluto**

O *flâneur* absoluto é aquele que flana pela cidade, mas além disso é aquele que flana pela temporalidade urbana. O tempo na cidade é essencial, pois é o acúmulo de representações que dão significado ao espaço. A cidade alimenta-se de tempo, dos acontecimentos, das ações e registros das genialidades dos seus passantes. Gil Pender acede a essa compreensão quando percebe que a “época de ouro” é a nossa, ou seja, o último momento da história porque tem a maior “soma” de tempos pretéritos; Paris detém isso, permite uma viagem ao vivido.

Há muitas cenas que remetem a imagem desta *flânerie*, que é ao mesmo tempo espacial e temporal, além da cena fundamental em que Gil Pender toma um *Peugeot* da década de 20, e quando o sino bate meia-noite e ele vai para uma festa onírica, como descreve Franco (2014), onde estavam escritores e artistas que ficaram gravados no inconsciente coletivo do mundo:

Não se pode negar que Woody Allen, em “Meia-Noite em Paris”, captou bem o charme que tantas gerações de artistas conferiram à cidade... claramente entendemos que no filme ele se questiona se haveria uma idade de ouro melhor do que os tempos atuais em que vivemos. O protagonista do filme volta, por conta de uma mágica qualquer, à Paris dos anos vinte e passa a conviver com gente do quilate de Scott e Zelda Fitzgerald, Ernest Hemingway, Gertrude Stein, Pablo Picasso, Salvador Dalí, Luis Buñuel, Man Ray e Cole Porter. Vê Josephine Baker se exibindo na boate Bricktop’s e também dança com a escritora Djuna Barnes numa festa... Mas por que a cidade encanta?... Os anos vinte, auge da criatividade e da loucura daqueles artistas, foram os que ficaram no inconsciente coletivo... (Franco, M. 2014: 1-9).

Podemos dizer que a cidade encanta por ser a marchetaria de tantas memórias e registros e isso está estampado na paisagem. Assim, durante o dia o personagem percorre os antiquários, as margens do Senna, os livreiros, vê a paisagem memorial dos cafés e das ruas com seus postes de luz de fiação subterrânea que dá uma visão estética do panorama da cidade.

Figura 9: Gil Pender caminhando entre os livreiros da margem do rio Sena



Fonte: “Midnight at Paris”, 2011.

Durante o dia a Paris do turista que flana por uma cidade cartão-postal tantas vezes vista e lembrada. A noite ele flana absolutamente por uma Paris do passado, a Paris dos escritores e artistas, caminha pelas ruas mais antigas, estreitas de paralelepípedo emolduradas pelas paredes contínuas da cidade clássica. Quanto mais longe no tempo, mais esfumatra e escura é paisagem recriada por W. Allen, como na cena em que Gil Pender e Adriana vão para a Belle Époque.

O tema central do filme, ao meu ver, é essa possibilidade de uma *flanerie* absoluta, que inclui os tempos pretéritos presentes tanto na paisagem como no imaginário de Paris.

Assim, W. Allen tece uma sutil e engraçada intertextualidade com o Filme *Somewhere In Time*, em duas citações: a primeira quando *Gil*, no seu quarto, começa a repetir reiteradamente que está na Paris do anos 20 com Hemingway, Gertrude Stein, com Zelda Fitzgerald e Scott Fitzgerald e o segundo quando ele busca o registro de sua passagem naquela época em um livro escrito por Adriana, certificando-se que ele estava lá. Nestas duas cenas uma paródia do personagem *Richard Collier* (Christopher Reeve) na sua tentativa dramática de voltar ao passado no filme dirigido por Jeannot Szwarc. Essa citação cômica de uma obra dramática é sobretudo, alegórica. Isso tudo para dizer que a ideia de tempo-espço presente no filme é trabalhada de modo sintético e profundo proporcionando uma viagem ao imaginário urbano através da temporalidade pretérita. O

personagem Gil, em *Meia Noite em Paris* afirma: “o passado não está morto”. E olhando as luzes, sobre a ponte, conclui sua *flanerie* absoluta.

## A cidade noturna e o imaginário: o espaço-tempo da criação.

Meia Noite, no filme nenhum relógio aparece na imagem, nenhum ponteiro. Mas o sino toca. Por que o sino? Ele é mais simbólico, o badalar do sino funciona como um chamado. É duplamente uma imagem do tempo: uma imagem da cidade antiga - lugar onde o sino tocava como um sistema de comunicação - mas também uma imagem simbólica percebida através da sonoridade cujo sentido anuncia um tempo novo que é chegado. Para o personagem como para nós é o tempo da aventura da criação. No entanto, esse “tempo novo” da sua criação é não-linear e segue para o passado.

Outra pergunta é: porque a meia noite? Esse é um outro tempo simbólico, no imaginário a meia noite é um instante portal para se ter contato com antes de outro mundo, que já passaram por esta vida. Mas além disso culturalmente a noite é também reconhecida como o tempo da imaginação, da inspiração e da criação.

Haddad (2001), por exemplo, nos apresenta o homem do oriente como o homem do infinito, onde o segredo, o mistério leva a uma imersão na noite, é por isso que as histórias são contadas à noite, como na narrativa de Sharazad e o próprio profeta Muhammad recomenda que o Alcorão seja lido a noite, pois, dentro dela a revelação é obtida e o próprio destino é uma realidade noturna. A noite, portanto, é o momento do segredo e sua revelação está na criação.

Para Bachelard (1989) existe um parentesco entre a lamparina que vela e a alma que sonha, tanto a vela como lamparina acendem-se de noite. Poderíamos buscar em Proust, Balzac, Baudelaire o tempo noturno do ato criativo, quando as imagens se aprofundam e as lembranças se reúnem. O lampião e o castiçal, segundo Bachelard (1989), são indispensáveis para uma residência dos velhos tempos a qual sempre voltamos para sonhar, para nos recordar.

Na cidade também o *flâneur* – esse tema baudelaireano – necessita dos lampiões de gás nas ruas da cidade em sua vigília. Através de sua errância solitária, recolhe imagens oníricas. A chama da vela, o fogo das lâmpadas de gás do *flâneur* são, no sentido bachelardiano, a luz da inspiração que nutre o poeta e faz da cidade o lugar do imaginário. Bachelard (1989) ainda nos conta que, quando a vela de Camões apagou-se, ele continuou a escrever seu poema à luz dos olhos de seu gato! O gato sentado na escrivaninha do dono e a mão dele correndo sobre o papel. O gato, no lugar da vela olhava o poeta com olhar cheio de fogo! O espetáculo de um Camões escrevendo no meio da noite era muito grande e tinha sua própria duração – no fogo da inspiração, verso após verso, o poema desenvolvia sua própria vida e *quando a vela se findou, como não notar que o olho do gato é um porta-luz?* (Bachelard, 1989:45).

Nesta mesma sensibilidade de perceber os olhos do gato dentro da noite, é o que o poeta faz também quando caminha pela cidade procurando filigranas, edifícios sonoros para compor suas palavras, suas narrativas. Um sonhador de palavras nutre-se com tudo que a cidade lhe oferece, inclusive os olhos do gato, e qualquer candeieiro tênue é uma companhia para sua alma inquieta.

Pesavento (1999: 51) apresenta-nos o cronista da urbe como aquele que vê coisas que os outros não podem enxergar. De onde vem esse poder e essa argúcia reveladora de sentido, mesmo sendo o contexto urbano muitas vezes configurado como uma desordem inextricável? Na temporalidade das suas peregrinações parisienses - durante a noite, numa Paris pouco iluminada - ao olhar do cronista as coisas tornam-se claras, sua alegoria é um discurso que diz outra coisa, além daquilo que diz.

Tocando outra sensibilidade poética a cidade emerge no modo como o *flâneur* vive as ruas, detém cada detalhe da cidade no seu passeio noturno, contendo e contemplando os fragmentos da paisagem.

W. Benjamim (1989) concebe o *flâneur* como o homem nas multidões, mas esse comportar-se de modo diverso da massa, ao seu olhar contemplativo nada escapa. Tece radiografias da cidade que se prestam tanto a documentários como a registros artísticos – ele a vê como ninguém mais a vê, através das vidraças do café, como num álbum de gravuras coloridas. Por meio da figura do *flâneur*, a cidade é para o autor indispensável à criação artística, lugar onde até o barulho nas ruas é necessário. Dickens, de acordo com W. Benjamim (1989), lembra-se de Gênova, onde, por duas

milhas de ruas iluminadas vagava sem rumo certo. A cidade, dizia ele, é a lanterna mágica e a *flanerie* necessita da vitrine, ela é indispensável, assim como, andar pela cidade é fundamental para os povos dotados de fantasia.

Na fantasia o tempo da noite tem seu lugar especial no ato criativo. No decurso de seu conto Poe faz com que anoiteça, prolonga-se na cidade à luz de gás. Essa luz fez a multidão na rua sentir-se em sua própria casa, removeu do grande cenário o céu estrelado.

Assim, essa sensibilidade que revigora encantos, toca também coisas danificadas e corrompidas, faz a cidade cintilar sua fisionomia. Tudo que cabe na imaginação desliza sorrteiramente no invisível, passando por entre inextricáveis repertórios.

Hábitos surpreendentes, conspirações, tráficos de segredos, mistérios faz da literatura a teia que fixa o imaginário. O literato, como *flâneur*, degusta a metamorfose da cidade, tem nela depoimentos que podem emergir de um secreto silêncio e nas malhas da noite tece seus planos, a trama da escrita.

A rua conduz o flanador a um tempo desaparecido, num cenário repetidamente pintado, onde emana uma claridade viva e doce de todas as lanternas possíveis, de todos os espelhos e transparências que a cidade reúne, o espetáculo da rua! Assim também Guil é levando a um tempo desaparecido e como o *flâneur* é aconselhado a andar pela cidade a noite, por suas ladeiras sonoras e suas vitrines transparentes, só que agora não mais o *flâneur* do séc. XIX. Ele, então, vagava pelas noites da *Folle Époque*, e W. Allen reatualiza a antiga imagem do labirinto, um arquétipo transfigurado, pois trata-se de um labirinto de tempo, não um labirinto puramente espacial. A perspectiva de andar pela cidade noturna, que sempre constituiu em si, um ato essencialmente poético, ensaio da liberdade criativa, une a possibilidade de perder-se no urbano, também de perder-se neste labirinto de tempo que é Paris.

No desvão da noite as cidades tecem-se em narrativas, uma linha tênue separa a caneta-tinteiro do betume calcificado das ruas e é assim que todos os poetas, e fabricante de sonhos, como Woody Allen, reiteram essa fonte de imaginação: a noite em Paris como o tempo e atmosfera da arte e da imaginação. Porque à noite, todas as luzes da cidade passam a fazer sentido e Paris foi sempre esse palco de luzes e chamas de criação, por isso, sua noite também será eterna.

## Conclusão

Neste artigo buscamos abordar o imaginário da cidade paradigmática a partir do filme *Meia Noite em Paris* de Woody Allen, apresentando o papel da temporalidade urbana na percepção e na emoção coletiva presentes tanto no filme, enquanto representação, como no referente, a cidade de Paris. No imaginário da cidade emblemática e paradigmática também destacamos mais quatro elementos significativos: a cidade como locus de criação, como locus afetivo, o simbolismo da sua imagem noturna, e a possibilidade de acesso ao passado que esse espaço memorável permite e que denominamos neste artigo de “síndrome de Gil” em referência ao protagonista de *Meia Noite em Paris*. A presente perspectiva consistiu em compreender a força dessas imagens e sua relação com o imaginário da cidade.

Ao recolher fragmentos e habitar fenomenologicamente a cidade imaginária, duas *flaneries* foram empreendidas também nesta análise, uma percorreu o filme, a outra a própria cidade e no cruzamento das duas surge uma terceira que se faz na através da escrita e da releitura destas imagens urbanas. A *flanerie* no filme W. Allen começou embalada com uma música tipicamente francesa, *La vie en rose*, este som permitiu um embalo, um impulso... o *regarde* pode, então, deslizar para o interior das paisagens apresentadas, porque, de certo modo, busquei unir os olhos aos pés que caminham na cidade, para depois atar as imagens as mãos que escrevem e buscam os seus sentidos. Nas diluição possível das opacidades procurei também duplamente viajar nos lugares sensíveis da memória e do imaginário, nas encantarias do tempo guardadas na paisagem, que os ponteiros de um relógio podem simbolizar ou simplesmente silenciam. Contudo, este artigo aborda a uma Paris vista pelo prisma do imaginário, a perspectiva do escritor, do poeta, do sonhador – um tema essencialmente bachelardiano e benjaminiano – todas as outras possibilidades, o ponto de vista dos outros personagens (Inez, Paul Bates) que retratam, por exemplo, a Paris do consumismo fácil ou de turistas de massa não entraram

nesse recorte - assim, longe de esgotar esse tema, e não há mesmo essa intenção, continua aberta a possibilidade de investigar este espaço imaginário nas suas diferentes dimensões e perspectivas. Como afirma o arquiteto Portzamparc (1992) Paris é uma lenda e este questiona-se, se devemos transformar as lendas. Woody Allen não a transformou, ao contrário pinçou cuidadosamente suas imagens emblemáticas, reforçou o imaginário da cidade nos quatro aspectos fundantes que destacamos neste artigo e inscreveu mais uma obra intertextual que se soma as milhares que a retratam. A Paris da *Folle Époque*, da *Belle Époque* e a nossa, desse tempo que vivemos, e ainda não tem nome, continua uma lenda. Uma cidade mítica na acepção grega da palavra.

## REFERÊNCIAS

- Aguiar, L. A. (2013). *A Paris de Hemingway em Paris é uma festa por Ernest Hemingway*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Allen, W. (2011). *Midnight in Paris*. Culver City, Calif: Sony Pictures Home Entertainment.
- Bachelard, G. (1985). *O direito de sonhar*. São Paulo: Difel.
- (1989). *A Chama de uma vela*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- (2000). *A poética do espaço*. São Paulo: Martins Fontes.
- (1988). *A poética do devaneio*. São Paulo: Martins Fontes.
- Barry, J. (1980). *Somewhere in time: Original motion picture soundtrack*. Universal City, CA: MCA Records.
- Batista, M. R. (2012). *Os artistas brasileiros na Escola de Paris: anos 1920*. São Paulo: Editora 34.
- Benjamin, W. (1989). *Obras escolhidas III: Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo*. São Paulo: Brasiliense.
- (1995). *Obras escolhidas II: Rua de mão única*. São Paulo: Brasiliense.
- (2009). *Passagens*. Belo Horizonte: UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial.
- Dubois, P. (2012). *O ato fotográfico*. Campinas: Papirus.
- Durand, G. (1992). *As estruturas antropológicas do imaginário*. São Paulo: Martins Fontes.
- Franco, M. (2014). Eterna meia-noite em Paris. *Revista Bula*. Acesso em 05 de julho de 2014. <http://www.revistabula.com/2523-eterna-meia-noite-em-paris/>
- Haddad, J. A. (2011). Interpretações das mil e uma noites. *Collatio 6*. Acesso em 09 de setembro de 2011. <http://www.hottopos.com/collat6/jamyl.htm>
- Hemingway, E. (1964). *Paris é uma festa*. São Paulo: Circulo do Livro.
- (2013). *Paris é uma festa*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Jarouche, M. M. (2006). *Livro das mil e uma noites*. São Paulo: Globo.
- Jones, C. (2013). *Paris: biografia de uma cidade*. Porto Alegre/RS: L&PM.
- Manguel, A. (2001). *Lendo Imagens: uma história de amor e ódio*. São Paulo: Cia das Letras.
- Matos, O. (1989). Traduzir Proust em *O tempo redescoberto*, v. 7 por Marcel Proust, 293-295. São Paulo: Globo.
- Pesavento, S. J. (1999). *O imaginário da cidade: visões literárias do urbano – Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre*. Porto Alegre: UFRGS.
- Portzamparc, C. (1992). A terceira era da cidade. *Revista Óculum 9*, pp. 40-49.

## SOBRE A AUTORA

**Valéria Cristina Pereira da Silva:** Atualmente é professora adjunta da Fundação Universidade Federal de Goiás. Possui graduação em Geografia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (1999), instituição pela qual recebeu Diploma de Mérito acadêmico (1999). Mestre em Geografia (2002) e doutora em Geografia pela mesma instituição (2008). Tem experiência na área de Geografia, com ênfase em Geografia Urbana, pesquisando principalmente nos seguintes temas: Imaginário da cidade, memória urbana, sensibilidades urbanas contemporâneas, Geografia e Literatura, Cultura, Temporalidades e Pós-modernidade. O presente texto foi elaborado a partir do projeto em desenvolvimento intitulado Imaginário, Pós-modernidade e Sensibilidades Culturais Contemporâneas: Geografia e Arte – Investigações Transdisciplinares e Transculturais, desenvolvido junto à Universidade Federal de Goiás e ao IESA (Instituto de Pesquisas Socioambientais).



# Documentalismo conversacional en Instagram

Jacob Bañuelos, Tecnológico de Monterrey, México

**Resumen:** ¿Cuáles son las características de articulación semióticas de la interface de Instagram y cómo contribuye a la construcción de discursos fotográficos documentales conversacionales con fines sociales? El análisis semiótico de la interface de Instagram como plataforma interactiva conversacional para la creación de nuevas estrategias de documentalismo fotográfico con fines sociales, se realiza aplicando el modelo de conversación textual planteado por Bettetini (1984) y desde el concepto de interactividad multidimensional propuesto por Sally McMillan (2006). De esta forma, se analiza la obra de Pachi Tamer (@cachafaz) en Instagram y específicamente el caso "Jim - Oktoberfest", el sitio *One-dollar-dreams* y el caso de "Sebastián" del mismo autor, desde una perspectiva semiótica. Palabras clave: Instagram, Interface, conversacional textual, interactividad, documentalismo fotográfico conversacional, Pachi Tamer (@cachafaz).

**Palabras clave:** documentalismo fotográfico, modelo conversacional, interactividad multidimensional, Instagram, Pachi Tamer

**Abstract:** What are the semiotic characteristics of Instagram interface and how it contributes to the construction of documentary photographic conversational speech for social purposes? The semiotic analysis of conversational interface for Instagram as interactive platform for creating new strategies for documentary photography for social purposes, was made using the model proposed by Bettetini text conversation (1984) and from the multidimensional concept of interactivity proposed by Sally McMillan (2006). Thus, the work of Pachi Tamer (cachafaz) on Instagram and specifically the case "Jim - Oktoberfest" is analyzed, the site *One-dollar-dreams* and the case of "Sebastian" by the same author, from a semiotic perspective.

**Keywords:** Instagram, Interface, Textual Conversational, Interactive, Conversational Documentary Photography, Pachi Tamer

## Introducción

El presente estudio tiene como objetivo describir la interface de la red visual Instagram, desde el modelo conversacional textual propuesto por Bettetini (1984), como una plataforma interactiva que permite realizar una nueva forma de documentalismo fotográfico con fines humanitarios, extendiendo los límites sociales del documentalismo tradicional fotográfico practicado en el siglo XX.

El modelo conversacional textual de Bettetini (1984) se aplica al caso específico de la obra del fotógrafo Pachi Tamer, quien a través de su perfil en Instagram (@cachafaz), construye una nueva forma de documentalismo interactivo, participativo, hipermediático, transmedia y conversacional, dedicado a la recuperación e integración social de personas indigentes en situación de calle en diversas ciudades del mundo.

El perfil de Pachi Tamer en Instagram es ampliado mediante el proyecto y sitio *One dollar dreams*<sup>1</sup>, creado por el mismo autor, el cual brinda nuevas posibilidades de interacción y participación hipermediática para incidir en la transformación y mejora de las condiciones de vida de los indigentes.

De esta forma, el presente trabajo pretende describir teóricamente una práctica emergente del documentalismo fotográfico hipermedia, desde la perspectiva del modelo conversacional textual interactivo, para comprender cómo una red social-visual como Instagram puede ser utilizada para ampliar los límites tradicionales del documentalismo fotográfico con fines humanitarios y establecer una dinámica interactiva, participativa y colaborativa en la transformación y solución de problemáticas de inequidad social, como la indigencia en situación de calle.

---

<sup>1</sup> One dollar dreams. <http://www.one-dollar-dreams.com/>





## Marco Teórico

### *Instagram*

Instagram es una red social-visual para móviles creada por Kevin Systrom y Mike Krieger en octubre de 2006, ambos graduados de la Stanford University, con el fin de combinar los atributos de una interface interactiva y colaborativa con la cual la gente pudiera comunicarse fácilmente mediante fotografías y textos. En junio 20 de 2013 Instagram incluye también la posibilidad de subir y compartir videos de entre 3 y 15 segundos, lo cual de las prestaciones audiovisuales y de imagen fija.

El 9 de abril de 2012, Instagram con 13 empleados, es adquirida por Mark Zuckerberg por 1,000 millones de dólares en efectivo y acciones, manteniendo a Kevin Systrom su fundador como director de la red. En 2010 Instagram contaba con un millón de usuarios, y en 2011 alojaba 250 millones de fotos cada día; en 2013 cuenta ya con 150 millones de usuarios, 16 billones de fotos, 1,2 billones de *likes* y 55 millones de fotos compartidas diarias en promedio. Es una red global, en la que el 60% de los usuarios proceden de fuera de los Estados Unidos, su país de origen (Instagram press, 2014).

Instagram propone un uso lúdico de su plataforma para compartir imágenes en línea, en una red social interactiva con posibilidades colaborativas, en la que un usuario crea un perfil y sigue otros usuarios mientras es seguido por otros, para generar un *time line*, al igual que en Twitter y Facebook, en donde se pueden agregar comentarios de texto y etiquetas (hashtags), pero con la originalidad de que la plataforma está dedicada a compartir imágenes fotográficas y de video, y diseñada como aplicación para ser usada en el entorno de teléfono móviles.

Instagram propone un uso lúdico de la plataforma, puede observarse en sus promocionales para la implementación de algunas de sus aplicaciones como Instagram Direct, una opción que permite enviar una imagen del perfil a un usuario único elegido (<http://instagram.com/press/#>).

Como observamos en el caso del perfil de Pachi Tamer (@cachafaz), las posibilidades colaborativas de Instagram no se inscriben en el planteamiento exclusivamente "lúdico"<sup>2</sup> como propone la plataforma, sino que propone un uso social y solidario, mediante un intercambio conversacional con los usuarios del perfil, para llamarlos a la acción en ayuda de indigentes en situación de calle. El planteamiento "original" de los creadores de la plataforma es trastocado, potenciado y ampliado con fines sociales y humanitarios.

### **Pachi Tamer (@cachafaz)**

Pachi Tamer es publicista, fotógrafo y trabajador social argentino, quien tras perder a su familia por causa de un divorcio y a su padre por motivo de un accidente automovilístico, comienza a dialogar con indigentes en la ciudad de Austin, Texas, y descubre que ante los problemas de la indigencia sus problemas se minimizan.

Comienza a tomar fotos con un smartphone a los indigentes a cambio de un dólar y a contar sus historias a través de su perfil en Instagram. Un día un indigente le cuenta un sueño que le gustaría realizar antes de morir, viajar al Oktoberfest en Alemania. Pachi Tamer con 5 mil seguidores en Instagram concibe la idea de que si cada uno de sus seguidores donara un dólar para hacer realidad el sueño de un indigente, la realidad de sus personajes cambiaría. De esta forma crea el sitio *One Dollar Dreams*<sup>3</sup> y abre una cuenta de Paypal asociada al sitio para recaudar dinero para cada una de las causas de sus personajes.

Más abajo se describe la estrategia y articulación semiótica que el autor establece para generar una participación colaborativa conversacional de la comunidad de seguidores en su perfil en Instagram para contribuir con las diversas causas de ayuda a la indigencia que propone.

Pachi Tamer participa con una conferencia sobre su proyecto *One dollar dreams* en el Desachate 2012, un encuentro uruguayo de publicistas que proponen comenzar de cero como forma de re-

<sup>2</sup> Video Instagram Direct, en Instagram press blog: <http://blog.instagram.com/post/69789416311/instagram-direct>

<sup>3</sup> One dollar dreams. <http://www.one-dollar-dreams.com/>

flexionar y actuar sobre una realidad saturada de estereotipos, para afrontar los retos de la publicidad con una mentalidad fresca y establecer un punto cero de partida para hacer preguntas sobre una realidad cambiante<sup>4</sup>. En el marco de este encuentro conoce a Sebastián, a quien ayuda a través de su perfil, caso que analizaremos más adelante.

En noviembre de 2013 Pachi Tamer da una charla en TEDx Rosario<sup>5</sup> en la que expone las motivaciones y desarrollo de su proyecto mediante Instagram y *One dollar dreams*, obteniendo así mayor notoriedad y difusión global.

Pachi Tamer ha realizado fotografías de indigentes para este proyecto en ciudades como Los Angeles, Medellín (Colombia), México, Uruguay, Madrid, Barcelona, El Salvador, Londres, Las Vegas, San Francisco, Denver, Saint Louis, Detroit, New York, Washington, Atlanta, Miami, Key West y New Orleans.

Actualmente tiene 21,520 seguidores en Instagram, 810 fotografías, de las cuales más de 650 están relacionadas con el proyecto y ha generado 3,245 post (cifras al 20/05/2014), en donde también aparecen fotos de su hija y algunos otros aspectos de su vida cotidiana.

## Modelo de conversación textual

Las redes visuales-sociales, como Instagram se erigen como plataformas interactivas que posibilitan la existencia de una imagen conversacional. La interface de Instagram puede ser descrita desde el modelo de conversación textual propuesto por Bettetini (1984). El modelo de conversación textual de este autor se construye desde una perspectiva semiótico-pragmática, que permite describir la dinámica de una imagen en una interface interactiva como Instagram (Scolari, 2004: 58 y 155). El modelo de Bettetini va más allá de los valores semánticos presentes en un texto, se centra en los valores de interacción.

Bettetini plantea que un texto propone un intercambio comunicativo simbólico, en este caso la imagen compartida en un perfil de Instagram. Imagen entendida como texto (“como estructura textual”), como interfaz interactiva, que propone la creación de sentido y lectura al usuario.

El texto imagen cumple un acto de puesta en escena suplementario respecto a su espesor semántico: el texto introduce también en escena un intercambio comunicativo simbólico, una “conversación” simbólica. La representación de sus valores semánticos es a su vez enmarcada en la representación de su traslación entre dos sujetos que el aparato textual constituye como imágenes de quien transmite y de quien recibe. Un texto, en síntesis, incluye también la representación de sus normas de uso, de sus modalidades de acceso a su sentido a través de su articulación semiótica (Bettetini, 1984: 101/citado por Scolari, 2004: 54).

El modelo de “conversación” textual presupone la existencia de un sujeto enunciatario y un sujeto enunciatario. Todo texto o foto digital incluye un “proyecto de relación comunicativa” apunta Bettetini (1984), “un programa de desenvolvimiento de interacción con el público”. El espectador, usuario de la red, por su parte recibe el texto con un “proyecto de interacción con las articulaciones semióticas que el discurso textual le propone” (Bettetini, 1984: Ibid.: 110/ citado por Scolari, 2004: 55)

“Desde una perspectiva semiótica, la comunicación es una acción que un sujeto ejercita sobre otro, un intercambio simbólico que remite a las ideas de conflicto, estipulación y conquista” (Scolari, 2004: 156). Tales “actos” de conflicto, estipulación y conquista se realizan mediante la intervención dinámica en la *actualización interactiva* de la imagen en entornos y redes digitales.

La fotografía adquiere así, en el contexto de la interface interactiva y colaborativa de Instagram, características conversacionales desarrolladas en la red social-visual. Siguiendo a Scolari (2004), y aplicando el modelo de conversación textual a la red social-visual Instagram, esta red permite:

- La interacción mantiene el carácter virtual y simbólico de la conversación textual (imagen - video ó foto-, texto, hashtags, emoticons).

<sup>4</sup> Desachate 2014. <http://www.desachate.com/manifiesto.html>

<sup>5</sup> TEDx Rosario. Pachi Tamer (12/11/2013). <http://www.tedxrosario.com.ar/charlas/inner/?charlaID=42>

- La interacción permite una intervención directa del usuario mediante la interfaz, en la producción de sentido.
- El sujeto enunciador se identifica con *un saber parcialmente estructurado*, debido a que está regido por *estrategias potenciales* que deben ser actualizadas por el usuario.
- El sujeto enunciatario/usuario es construido de una manera diversa, de acuerdo a las herramientas de interacción que ofrece y regula el sitio, básicamente mediante la creación de un perfil, datos de usuario, todo el contenido que sube el usuario y toda la interacción que realiza con otros usuarios.
- La interacción presupone un “saber-ser”, un “saber-hacer” y además un “actuar” en forma de competencias de *diseño y uso*.
- El intercambio comunicativo no se realiza entre dos sujetos empíricos, sino entre *estructuras simbólicas* (texto, sujeto, enunciador, enunciatario/receptor/usuarios).
- La interfaz actúa como principio ordenador de los procesos simbólicos de los textos virtuales que contiene.
- La fotografía se presenta como un *simulacro del emisor*, y este simulacro es “*un aparato ausente, productor y producto del texto, que deja las huellas de su paso ordenador sobre los materiales significantes*”. (Bettetini citado por Scolari, 2004: 155).
- El sujeto, el usuario, es un destinatario implícito de la enunciación, presente en todo texto, con potenciales instrumentos de intervención interactiva en el texto que debe actualizar.

Bettetini (1984) plantea que un texto propone un intercambio comunicativo simbólico, en este caso, cada foto que aparece en la interface de Instagram como texto (y “como estructura textual”) e interfaz interactiva, como interespacio, que propone la creación de sentido y lectura al usuario:

El texto cumple un acto de puesta en escena suplementario respecto a su espesor semántico: el texto introduce también en escena un intercambio comunicativo simbólico, una “conversación” simbólica. La representación de sus valores semánticos es a su vez enmarcada en la representación de su traslación entre dos sujetos que al aparato textual constituye como imágenes fantasmales de quien transmite y de quien recibe. Un texto, en síntesis, incluye también la representación de sus normas de uso, de sus modalidades de acceso a su sentido a través de su articulación semiótica. (Bettetini, 1984: 101/citado por Scolari, 2004: 54)

El cuadro explica la realización dinámica de la interface de Instagram desde el modelo de conversación textual interactivo propuesto por Bettetini (1984):

Figura 1: Modelo de la conversación textual de Bettetini (1994)

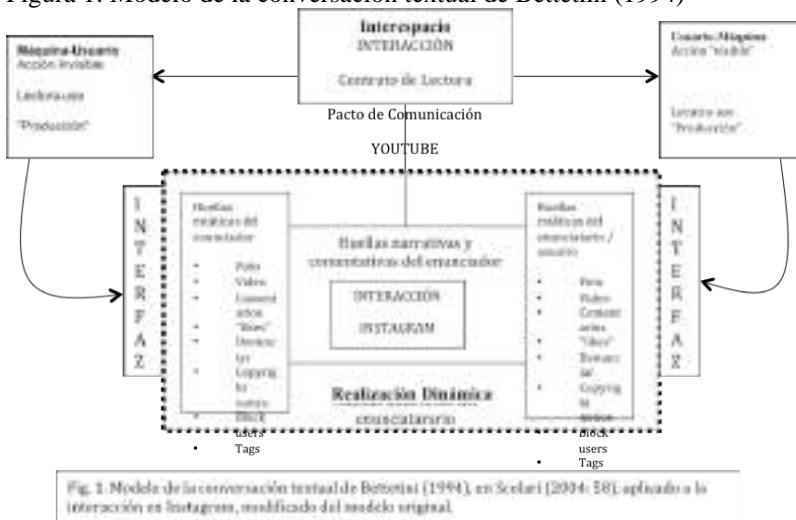


Fig. 1. Modelo de la conversación textual de Bettetini (1994), en Scolari (2004: 58), aplicado a la interacción en Instagram, modificado del modelo original.

Fuente: Scolari (2004: 58), aplicado a la interacción en Instagram, modificado del modelo original.

La interacción presupone un “contrato de lectura”, un “pacto de comunicación”, un “contrato de interacción” conversacional. Tanto el sujeto enunciatario como el enunciatario, dejan huellas estáticas y después de su intervención, así como huellas dinámicas (narrativas y comentativas) durante su interacción dinámica en el campo de la interface actualizada. Tales “huellas” son indicios de acciones que se revelan en la dinámica del consumo (Bettetini citado por Scolari. 2004: 56). Ambos sujetos construyen huellas, “señales” e indicios del comportamiento de un interlocutor simbólico, “que adquiere gradualmente forma durante el progresivo encuentro de la interacción comunicativa de ‘lectura’” (Ibid: 56).

El sujeto enunciatario y el sujeto enunciatario en Instagram tienen el mismo estatuto como usuarios-productores. El autor de un texto es también lector de su propio texto en la trama del sitio y el usuario receptor tiene las mismas posibilidades de producción que el emisor. Esta capacidad interactiva del sitio convierte al emisor en lector y al lector en emisor indistintamente, en términos de sus posibilidades interactivas.

En Instagram, un “autor modelo” envía un texto a un “lector modelo” (Eco. 1979). Tanto autor como lector “modelo” deben moverse para construir el texto, el autor generativamente y el lector interpretativamente. Sin embargo, no basta esperar que el lector modelo “coopere en la actualización textual”, el autor modelo deberá “mover el texto para construirlo”.

Por su parte, el lector empírico debe delinear “una hipótesis de autor, deducida de los datos de la estrategia textual. Tanto el autor modelo, como el lector modelo, se construyen como “estrategias textuales”, por lo que la cooperación textual en Instagram “es un fenómeno que se realiza entre dos estrategias discursivas, no entre dos sujetos individuales” (Eco, citado por Scolari. 2004:157). La “comunicación” se realiza cuando ambos instituyen un contrato que regulará el intercambio, un “contrato de interacción” mediado por las reglas de interacción de Instagram.

La interface de Instagram permite realizar un intercambio simbólico mediante las siguientes articulaciones semióticas interactivas: seguir a un usuario o eliminarlo, subir fotos (upload), marcar o eliminar favoritos (me gusta), responder a un comentario con texto u otra foto, compartir fotos (share), etiquetar personas o temas (hashtag), enviar comentarios en texto (post comment), enviar emoticons, bloquear a un usuario, denunciar contenido inapropiado, compartir una foto en otras redes sociales, enviar la imagen por correo electrónico, copiar el la URL para compartirla, etiquetar personas (otros usuarios), enviar una imagen como mensaje directo, ver imágenes en donde el usuario del perfil aparece, geolocalizar o no las imágenes, crear un mapa de geolocalización de las fotografías (dónde fueron tomadas), eliminar una imagen propia, buscar usuarios y hashtags.

Instagram incorpora una dimensión interactiva del intercambio, constituye un simulacro de usuario(s), que funciona como propuesta de interacción en relación al usuario empírico sentado frente a la pantalla interactiva, quien decidirá si aceptar, rechazar o intervenir (Ibid:157).

El usuario empírico de Instagram acepta un contrato de interacción, para entrar a un sitio que tiene una gramática propia, un entorno en el que tendrá que interactuar con dispositivos y realizar operaciones técnicas previstas (y no podrá realizar otras, como descargar las fotos o videos a su dispositivo móvil).

La interacción e intercambio simbólico en Instagram, presupone la existencia de un sujeto enunciatario (productor y producto del texto) y un sujeto enunciatario (producido por el enunciatario y el texto). Sin embargo, “el simulacro dialogante del receptor será muy diferente al del enunciatario del texto y, sobre todo, el sujeto enunciatario modelo producido por el destinatario difícilmente será conmesurable con el sujeto enunciatario, origen programado del discurso-conversación textual” (Bettetini citado por Scolari. 2004: 56).

## **Interactividad multidimensional en Instagram**

Para complementar el modelo de Bettetini (1984) en el análisis de la interface de Instagram, instrumentamos el concepto de interactividad multidimensional propuesto por Sally McMillan (2006).

McMillan (2006) propone una visión multidimensional de la interactividad. La interactividad se mide desde la percepción del usuario, en la medida en que es consciente de las posibilidades de interac-

ción de la interface, ya que a partir de ello podrá modificar su experiencia con respecto al medio y el intercambio en la comunicación, que hace que los papeles del receptor y emisor sean intercambiables.

La interactividad, desde la perspectiva de McMillan (2006), no se mide únicamente desde la propiedades del medio o del mensaje, que contribuyen a una comunicación unidireccional, sino desde el propio usuario del medio.

La interactividad según McMillan (2006), puede clasificarse en tres tipos: usuario – usuario, usuario – documentos y usuario – sistema. Estas categorías no se excluyen unas a otras y en Instagram se presentan los tres tipos de interacción.

Tabla 1: Tipologías de interactividad

<i>Tipo de Interacción</i>	<i>Características</i>
Usuario-usuario	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se centra en la forma en la que los usuarios interactúan entre ellos</li> <li>• La interface puede facilitar las condiciones y ofrece herramientas para que se realice el intercambio entre usuario-usuario, como comentarios, likes, textos, iconos, emoticons, etc.</li> </ul>
Usuario-documentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La forma en la que las audiencias interpretan y usan los textos que presentan los medios</li> <li>• La interface de las redes sociales-visuales como Instagram, facilitan la participación activa-colaborativa, conversacional, en relación y a partir de textos (fotos y comentarios escritos)</li> <li>• Este modelo asume que todos los participantes pueden interpretar, ser emisarios y receptores a la vez.</li> </ul>
Usuario-sistema	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La relación entre la persona e interface (o cualquier otro sistema), entre usuario, interface de Instagram, interfaces y herramientas de interacción del teléfono móvil</li> <li>• No sólo se centra en la relación con el objeto sino también en la respuesta del usuario ante la información presentada por la interface, el diseño de la misma y la percepción realizada por el mismo. (McMillan, 2006).</li> </ul>

Fuente: McMillan, 2006.

En Instagram, la interacción es multidimensional por que se puede realizar entre usuario-usuario (mediante comentarios, hashtags, emoticons, fotos, likes, envío directo), entre usuario-documentos (reenviando a través de url y otras redes sociales, mail, mensaje de texto y likes) y entre usuario-sistema (crear un perfil, tomar fotos, editarlas, agregar filtros, publicar fotos, eliminar fotos, enviar comentarios, denunciar imágenes, usar redes sociales y otras formas de envío). Estas categorías multidimensionales de la interacción realizadas desde el usuario, son dinámicas y no lineales.

La pregunta según McMillan (2006) es, ¿quién está en control, la computadora o el humano interactuando con ella? Si se asume que es la interface o sistema quien controla el proceso, entonces es el sistema el que presenta la información y el usuario responde a este estímulo. Si es el usuario quien controla al sistema, entonces estamos frente a un modelo en donde el usuario es activo, colaborativo y utiliza las articulaciones semióticas para conversar con otros mediante la interface.

## Metodología

La pregunta central de la presente investigación es ¿cuáles son las características de articulación semiótica de la interface de Instagram? Y en segundo término, ¿como contribuye esta interface colaborativa, interactiva y multidimensional a la construcción de discursos fotográficos documentales conversacionales con fines sociales?

Ambas preguntas se formulan para describir el caso del fotógrafo Pachi Tamer (@cachafaz), quien mediante un perfil en Instagram ha creado un proyecto fotográfico colaborativo, conversacional, hipermediático e interactivo para ayudar a personas indigentes en situación de calle.

Las categorías clave que permiten hacer una descripción semiótica de la interface de Instagram que hemos empleado, parten del modelo conversacional textual de Bettetini (1984) y del modelo de interacción multidimensional de McMillan (2006).

La metodología empleada reside en la aplicación del modelo conversacional textual al perfil de Pachi Tamer (@cachafaz), en Instagram, y específicamente en dos casos, el caso de “Jim”, un indigente que forma parte del proyecto de *One dollar dreams* y el caso de “Sebastián”, que también forma parte del perfil del autor en Instagram.

La metodología contempla el seguimiento del perfil de Pachi Tamer (@cachafaz), desde su apertura hasta la fecha de terminación del presente trabajo (febrero-marzo 2014), así como en la observación de comentarios, estrategias textuales conversacionales desde la creación del perfil del autor en Instagram, así como la creación de la plataforma *One dollar dreams*, y la observación de la misma, en los casos que el autor promueve, tanto en Instagram como en este sitio web.

## Análisis de caso

### Caso 1. Jim-Oktoberfest

Pachi Tamer (@cachafaz) en Instagram, crea un perfil como cualquier otro usuario y sube su primer fotografía el 22 de noviembre de en 2010, para subir fotos de su vida cotidiana. En medio de una crisis personal, en la que Tamer se divorcia, pierde a su padre por un accidente automovilístico y su madre herida, comienza a tomar fotos de indigentes que pedían dinero y les ofrece un dólar a cambio de que pueda fotografiarlos.

El proyecto de Tamer nace desde la necesidad de encontrar sentido a su propia vida a través de ayudar a indigentes, con los cuales conversa, fotografía y comparte sus historias en su perfil @cachafaz de Instagram.

El proyecto *One dollar dreams* nace a partir de esta experiencia en Instagram, cuando el autor conversa con un indigente llamado Jim, quien le cuenta que tiene el sueño de visitar el Oktoberfest en Alemania antes de morir. Decide entonces crear el sitio *One dollar dreams* para invitar a sus entonces 5 mil seguidores a donar un dólar para hacer realidad los sueños de este hombre y ayudar a mejorar la vida de otros indigentes.

Tamer subió la foto de Jim a Instagram con un titular, contó su historia y comenzó a recibir donaciones de un dólar y de mayores cantidades (Funes y Asociados, 2013), a través del sitio *One dollar dreams*, abierto por el autor para recaudar fondos para las causas de sus personajes mediante una cuenta de Paypal. Actualmente todavía se pueden hacer donaciones para la causa de “Jim”.

En seguida observamos la serie de fotografías que Tamer subió a Instagram de Jim. Como estrategia conversacional, el autor incluye un texto sobre algunas imágenes para explicar y motivar la acción que solicita. En el caso de Jim, la primera fotografía aparece sin texto, únicamente va acompañada de una descripción del autor, y por los comentarios que se fueron sumando de sus seguidores en la red.

En las fotos subsecuentes de Jim, Tamer incluye textos y reitera el llamado a la acción para ayudar a este personaje a cumplir sus sueño.

En este caso, el modelo de conversación textual mediante el perfil de Instagram, opera punto a punto de acuerdo con el modelo de Bettetini (1984) mediante las fotos, los textos y los comentarios de Tamer y los usuarios, y es ampliado, potenciado, mediante la creación del sitio *One dollar dreams* y la cuenta de Paypal, como una estrategia transmediática sumada a las posibilidades conversacionales de Instagram.

En seguida las fotografías relacionadas con el caso “Jim”, en orden cronológico de la primera a la última, que aparecen en el perfil de Tamer @cachafaz de Instagram, acompañadas con el texto escrito por el autor como contexto de cada imagen.

Estrategias conversacionales textuales:

- Tomar una foto a cambio de un dólar y subirla al perfil de Instagram
- Apelar a la ayuda para los indigentes mediante una idea sencilla expresada por escrito: “Si cada uno de nosotros dona 1 dólar, haríamos realidad un sueño”

- Escribir la historia y la causa del personaje debajo de cada foto
- Escribir un texto encima de las fotografías apelando a la ayuda por una causa
- Abrir el sitio *One dollar dreams* para recaudar fondos mediante una cuenta en Paypal
- Incluir hashtags y etiquetar a otros usuarios implicados en la causa

En Instagram, la interacción es multidimensional por que se puede realizar entre usuario-usuario (mediante comentarios, hashtags, emoticons, fotos, likes, envío directo), entre usuario-documentos (reenviando a través de url y otras redes sociales, mail, mensaje de texto y likes) y entre usuario-sistema (crear un perfil, tomar fotos, editarlas, agregar filtros, publicar fotos, eliminar fotos, enviar comentarios, denunciar imágenes, usar redes sociales y otras formas de envío). Estas categorías multidimensionales de la interacción realizadas desde el usuario, son dinámicas y no lineales.

La pregunta según McMillan (2006) es, ¿quién está en control, la computadora o el humano interactuando con ella? Si se asume que es la interface o sistema quien controla el proceso, entonces es el sistema el que presenta la información y el usuario responde a este estímulo. Si es el usuario quien controla al sistema, entonces estamos frente a un modelo en donde el usuario es activo, colaborativo y utiliza las articulaciones semióticas para conversar con otros mediante la interface.

Finalmente Jim admite, como se observa en el texto que acompaña a la imagen del 5 de octubre de 2011, titulada Found Him, que no irá al Oktoberfest porque no tiene pasaporte y porque también necesitaría dinero para su regreso.

En seguida, la serie de fotografías y la imagen de Jim en *One dollar dreams*, en orden cronológico. Como se observa, el autor incluye comentarios narrando el historia de su personaje debajo de la foto y un texto apelando a sus seguidores para promover la ayuda. Más adelante recuerda el caso con otra foto y arma el sitio con la cuenta.

Figura 2: Who wants to take this guy to Oktoberfest



Fuente: Tamer, 2011.

Figura 3: Found Him, Jim en One Dollar Dreams

**FOUND HIM**

Today I found Jim. I was walking back to my room and I ran into him. I told him that I've uploaded his picture for a social network with his name, where I have a bunch of good people as followers, and I came up with this simple idea: If everyone donates \$1 we can take him to Germany for Oktoberfest next year. I show him the picture with all your \$1s and supporting messages. The guy just couldn't believe it. He looked at me with tears in his eyes and didn't say a word. I ask him if he has a passport and he said no. I asked him if he's homeless and he said yes. He's staying at The Arch, the homeless shelter where he has a bed every night. "I'll take you to Germany, I promise. How that's sound?" I said. And he replied, "Well, the problem is not getting there". "The problem is getting back", then he smiled at me, and added, "Don't worry. It's too cold over there."

**MY DREAM IS TO MAKE OTHERS DREAMS COME TRUE**

The man site is up and running good. Please check it out at [www.one-dollar-dreams.com](http://www.one-dollar-dreams.com) There you'll find Alexander's, Jim's and Bob's dreams as well. The idea is simple. Make one person dream come true one at the time. Alexander is already in rehab in Mexico, Colorado thanks to all of you who have donated. The rest of his treatment, everything included (food, shelter, medical and psychological assistance and others) type of hospital it's just \$200 a month. He is doing sometimes right! For Jim we have until October and now he needs the money, but Bob's already \$200 for him. And for Bob's need Hanks there's also \$200. I've been calling him but he didn't reach him yet. I'm a little worried about that. He also has my number and he left me a message so hopefully he'll call to tell me when I get back from Mexico. Thank you [one-dollar-dreams.com](http://www.one-dollar-dreams.com) for helping me to build the first site. Thank you Russ and Gloria, two great friends from Genes Interactive who designed the new one, and finally thanks to all of you for the constant support, for your words that keep me going, and for so much love. Let's believe everything is possible.

Fuente: Tamer, 2011.

Figura 4: Jim en One Dollar Dreams

**WHO WANTS TO TAKE THIS GUY TO OKTOBERFEST**

**DONATE!** PayPal

A few days ago, I took a picture of this guy and he said to me: "There's only one thing I wanna do before I die Oktoberfest." And I thought such a simple dream. How nice it would be to make it happen. And I came up with this idea: If all the followers I have on Instagram, donate \$1 dollar, we send this guy to Germany to live his dream. I'm planning to go with him (paying my own expenses), and I'll make a photobook out of his experience. I will share the pictures live with all of you guys on Instagram. What do you guys think?

Fuente: Tamer, 2011.



**Caso 2. Sebastián**

El caso de Sebastián comienza cuando Tamer visita Uruguay en 2012 y lo conoce en la calle. Lo invita a un encuentro de publicistas llamado Desachate y lo viste de traje para hacerlo pasar por un asistente más, con el fin de demostrar que la gente juzga por las apariencias.

En el marco de este encuentro, Tamer inicia una campaña mediante su perfil de Instagram para sacar a Sebastián de su condición de calle, pagarle un hostel, ayudarlo a superar el alcoholismo y conseguir que encuentre trabajo. Junto con una voluntaria seguidora de Instagram, Florencia Cao (@flocao), consigue que se le done un teléfono celular a Sebastián.

Tamer publica encima de una foto de Sebastián el número de teléfono para que los seguidores que quieran lo llamen y si quieren ofrezcan su ayuda. En otra imagen pide que se le apoye para comprarle unos zapatos nuevos. En otra imagen publica una foto del pasado donde se observa a Sebastián con su madre, en mejores condiciones de vida.

Tamer también inicia un proyecto llamado Termo, basado en una tradición uruguaya, que consiste en que la gente porta un termo a donde vaya. Tamer invita a los uruguayos a subir a Instagram fotos de ellos mismo con un termo mediante una foto de Sebastián portando uno. La finalidad, recolectar suficientes autorretratos reunidos en la cuenta proyectotermo@gmail.com enviadas por los seguidores con un termo en la mano, hacer un libro y venderlo para recaudar fondos para ayudar a Sebastián.

El autor consigue donaciones de dinero, el celular y ropa. Finalmente no consigue sacar a Sebastián del alcoholismo por decisión del propio personaje.

Las estrategias conversacionales textuales que Tamer implementa en este caso son:

- Subir fotos de Sebastián a su perfil de Instagram y escribir la historia y la causa del personaje debajo de cada foto
- Conseguir un celular y publicar una foto de su personaje con el teléfono encima de la imagen
- Apelar a los usuarios a llamar a su personaje
- Escribir un texto encima de las fotografías apelando a la ayuda por una causa
- Incluir hashtags y etiquetar a otros usuarios implicados en la causa
- Iniciar un proyecto fotográfico colectivo para recaudar fondos

En seguida la serie fotográfica sobre Sebastián subida por Tamer en Instagram, en orden cronológico:

Figura 5: Sebas en One Dollar Dreams





Fuente: @Cachafaz. Pachi Tamer, 2014.

Figura 6: Sebas en Proyecto Termo



Fuente: @Cachafaz. Pachi Tamer, 2014.

## Análisis de resultados

Como podemos observar en el análisis de los dos casos anteriores, Tamer utiliza las herramientas conversacionales que brinda Instagram para promover la ayuda sobre las causas de sus personajes y del proyecto *One dollar dreams*, fotos, textos, tipografía, hashtags, etiquetas, comentarios de los usuarios, links a otros sitios.

En los dos casos implementa estrategias textuales de conversación que llaman a la acción de los seguidores del perfil, y estas estrategias siempre tienen como base la participación activa, colectiva e interactiva de los seguidores, convertidos también en actores a favor de una causa.

El autor logra convertir a Instagram en una plataforma participativa y conversacional a favor de una causa solidaria, mediante el uso de fotografías, textos y otras instancias mediáticas como la del sitio web *One dollar dreams*, el uso de un celular para activar y facilitar la interacción entre su perso-

naje y los seguidores del perfil. Igualmente instrumenta un proyecto fotográfico colectivo para apelar a la participación como ingrediente fundamental en la causa de su personaje y del proyecto general.

Logra establecer una “comunicación”

que se realiza cuando los seguidores instituyen un contrato que regulará el intercambio, un “contrato de interacción” *mediado* por las reglas de interacción de Instagram, constatando que la cooperación textual en Instagram “es un fenómeno que se realiza entre varias estrategias discursivas, las de los seguidores (activos y autores), personajes y autor, personaje-autor-seguidores y no solamente entre dos sujetos individuales” (Eco, citado por Scolari. 2004:157).

Los casos analizados demuestran que las fotos y los textos, en conjunto con la estructura interactiva y participativa que facilita Instagram, permiten establecer un intercambio comunicativo simbólico, una conversación simbólica que es llevada al plano de la acción, expresada en una mayor producción textual (fotos, comentarios, hashtags) y expresada en donaciones, intervenciones directas y otras acciones participativas de los usuarios, convertidos también en actores de una causa.

El proyecto de Tamer tiene una vocación social y tiene como factores clave el uso de la fotografía móvil, la instrumentación de una red visual-social (Instagram), la expansión de posibilidades participativas mediante otros medios como celulares y páginas web, para otorgar una nueva dimensión mediática y social al documentalismo fotográfico tradicional practicado durante el siglo XIX y XX.

A esta nueva dimensión mediática del documentalismo fotográfico, la podemos denominar documentalismo conversacional, y afirmar que esta dimensión mediática adquiere una mayor dimensión social dadas las posibilidades participativas e interactivas que promueve la combinación tecno-cultural ofrecida por la amalgama cámara + celular + Internet + apps + gps + realidad aumentada + redes sociales (Bañuelos, 2014, p. 87)

Para los dos casos analizados anteriormente, las características de la interactividad multidimensional con base en el concepto de MacMillan (2006) son:

- Interacción usuario-usuario (mediante comentarios, hashtags, emoticons, likes, etiquetar a otros usuarios, cita a sitios web)
- Interacción entre usuario-documentos (los usuarios interpretan los textos-documentos subidos por el autor y responden a la narrativa que él propone mediante comentarios, *likes*, etc.), esta interacción facilita la participación
- Interacción entre usuario-sistema (mediante la participación en la interface, comentarios, donaciones y otro tipo de acciones como llamar a un móvil). Esta interacción multidimensional es dinámica, no lineal, y se expresa en la participación activa-colaborativa, conversacional mediante la interface de Instagram y mediante las herramientas interactivas y comunicativas del sistema *móvil-interface-cámara-red social-sitios web-Internet*.

## Conclusiones

El modelo semiótico de conversación textual propuesto por Bettetini (1984) permite describir el comportamiento conversacional de Instagram, como plataforma para promover un proyecto social que tiene como base la fotografía móvil para promover una causa social.

Pachi Tamer expande las posibilidades conversacionales de Instagram para llevar a la acción e intervención de los seguidores de su perfil al momento de participar activamente por una causa social, dotando al documentalismo fotográfico tradicional de herramientas y estrategias textuales interactivas, participativas, conversacionales y transmedia.

La expansión de posibilidades participativas que permite la amalgama tecno-cultural compuesta por cámara + celular + Internet + apps + gps + realidad aumentada + redes sociales, permite establecer el concepto de documentalismo conversacional con fines sociales, como una expansión social, cultural y tecnológica de un nuevo documentalismo fotográfico participativo.

El proyecto social y mediático digital de Tamer, el cual inicia a partir de la interacción entre estructuras simbólicas, trasciende la trama digital y se sirve de las reglas de interacción de Instagram, para ir más lejos de ésta y facilitar la acción participativa directa en las causas sociales que propone.

En el documentalismo conversacional propuesto por Tamer, intervienen, conversan, todos los actores al mismo nivel (personajes, autor, seguidores), articulando diversas estrategias textuales participativas en una suerte de cooperación textual colectiva, marcando así una nueva dimensión en la fotografía documental y en la comunicación con fines sociales, mediante el uso de la fotografía, el texto y una red social.

## REFERENCIAS

- @Cachafaz. Pachi Tamer. (2014). *Instagram*. <http://instagram.com/cachafaz>
- Bañuelos, J. (2014). *Fotografía y dispositivos móviles. Escenarios de un nuevo paradigma visual*. México: Tecnológico de Monterrey, Porrúa Print.
- Bettetini, G. (1984). *La conversación audiovisual*. Madrid: Cátedra.
- Desachate (2014). <http://www.desachate.com/manifiesto.html>
- Funes y Asociados. (2013). *Pachi Tamer - One Dollar Dreams*. Recuperado el 28 de enero de 2014 de <http://www.funesyasociados.com/article/2>
- Instagram Press. (2014). <http://instagram.com/press/#>
- Instagram Direct. *Instagram press blog*: <http://blog.instagram.com/post/69789416311/instagram-direct>
- Oneto, Q. (2013). Pachi Tammer. De publicidad y otras anécdotas. #Tengounaida. Recuperado el 3 de marzo de 2014 de <http://blogs.infobae.com/publicidad/2013/09/30/pachi-tamer-de-publicidad-y-otras-anecdotas/>
- McMillan, S. (2006). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems. En L. Lievrouw, & S. Livingstone, *The Handbook of New Media* (pp. 205-229). Londres: SAGE.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Madrid: Gedisa.
- (2008). *Hipermediaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Tamer, P. (2011). *One dollar dreams*. [http://www.one-dollar-dreams.com/onedollar\\_mod.html](http://www.one-dollar-dreams.com/onedollar_mod.html)
- (2012). *Proyecto termo*. <http://www.teoylamaquinadeideas.com/2012/04/10/una-idea-para-uruguayos-hecha-por-un-argentino-pachi-tamer-y-su-proyecto-termo/>
- (12/11/2013). *TEDx Rosario. Pachi Tamer*. <http://www.tedxrosario.com.ar/charlas/inner/?charlaID=42>
- (2014). *One dollar dreams*. Vimeo <https://vimeo.com/39169596>

## SOBRE EL AUTOR

**Jacob Bañuelos:** Doctor por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente es profesor investigador del Tecnológico de Monterrey-Campus Ciudad de México y Director de la Maestría en Comunicación.

GLOBAL  KNOWLEDGE  
ACADEMICS

