

Las protestas venezolanas desde una estética transmediática

Se trata de una lectura transmedia de las protestas venezolanas que irrumpieron a partir del 12 de febrero de 2014. La autora tuvo en sus manos un buen número de imágenes producidas por fotógrafos experimentados, inclusive de fotógrafos aficionados. Desde allí se hizo una lectura de la narración e identidad que se dejaban ver en esas fotografías, y a partir de allí se pudo observar lo vivido y lo cotidiano en el instante mismo en que se fotografiada la realidad de lo que estaba ocurriendo. La mirada de los fotógrafos se orientó a encontrar y exaltar símbolos kitsch y las posibles historias derivadas de los mismos.

■ MARIELA MATOS SMITH

Identidades codificadas

La mirada, en el ámbito de la percepción, no siempre ha estado guiada por la libertad y el sentido de vida de las personas; de quienes establecen una relación desde lo visual con su entorno. Sin embargo, ha tenido una larga historia de correspondencias con el deseo y la necesidad. Percibir, en su íntima relación con buscar, encierra mucho de eso. No tendríamos espacio en los límites del artículo que estamos trabajando para abordar todo lo que este vínculo implica en la cultura occidental, sin embargo podemos guiarnos provisionalmente por las ideas de Barthes: *studium* y *punctum*. A partir de ellas, es dado afirmar que la percepción está agitada, al menos, por el estudio y el pinchazo; lo que busco y lo que viene hasta mí. Entonces, mirar es activar uno o varios códigos en muchas direcciones, desplegar la fuerza del entendimiento y la interpretación hacia eso que llamamos realidad en función de negociar con el mundo, de discutir nuestra conexión con el espacio y de hacer de la existencia una suerte de metáfora. Hay infinidad de aproximaciones que deforman su tránsito hacia lo que estamos afirmando, pero, sin duda, cada una de ellas nos deja en la idea de que la fotografía es una experiencia alterada, un conflicto publicado o una afirmación que siempre es provisional. Desde esta perspectiva, que muestra las primeras líneas de un trabajo de investigación en curso, revisaré el papel de la imagen en las protestas venezolanas del año 2014.

La lectura activa, la modificación e intervención de un texto originario, la participación y la multiplicación del contexto donde ocurre un hecho narrativo son operaciones propias de lo que Carlos Scolari ha propuesto como el espacio de las narrativas

transmedia. Es un lugar donde los discursos se cruzan, conversan, complementan y expanden para abrir un entorno comunicacional de interferencias y reelaboraciones. Es el espacio de intervenciones, multiplicaciones y participación; por tanto, de lo que llamamos *hipermedia*, *transmedia* y *more media*. En sí es la secuencia de una propuesta narrativa cuyo destino es el tránsito, la experiencia, la circulación de gestos, miradas y proximidades; el desplazamiento por la redes sociales –Twitter, Facebook o Instagram entre otras–; o bien por medios tradicionales. A entender de Scolari (2013) “son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etcétera) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etcétera)” (p. 24). No se trata de adaptar sino de incorporar sistemas de significación y medios, seleccionar una porción de mundo e interpretar para ofrecer nuevas lecturas y relaciones. Es decir, de expandir y ampliar donde “los contenidos son insertados en la red y pasan a formar parte del patrimonio público de la cibercultura. En esa sinergia surgen procesos de construcción colectiva del saber, como el de intercreatividad” (Berners-Lee, 2000).

Este fenómeno ciertamente tiene su origen en las industrias culturales donde los mensajes, presionados por el mercado, se han visto forzados hacia la versatilidad, la heterogeneidad y la estructura de comunicación de las redes. Sin embargo, su influencia comenzó a tejer alrededor de las sociedades contemporáneas un modo de construir contenidos, identidades y formas de actuar que equiparaban la producción de mensajes del ser humano común a los sistemas ideados por las corporaciones. Aún es muy temprano para saber si lo *transmedia* es un ambiente,



Foto: Braulio Jatar.



Foto: Shneyderton



Foto: Mariana Vicenti

Abstract

It's about a transmedia reading about the venezuelan protests that erupted since february 12 of 2014. The author had in her hands a generous number of pictures produced by experimented photographers, even from amateur photographers. From there was done a reading of narration and identity that the pictures showed. From that reading they were able to observed the lived and the daily in the same moment in which the reality of what was happening was photgraped. The eye of the phortographers was oriented towards finding and elevating kitsh symbols and the posible stories that came from it.

en el sentido que Marshall McLuhan le da a este término, pero no podemos obviar que es una influencia determinante en la construcción de la mirada del inicio de este siglo.

Llama la atención que ese modo expresivo donde interrelacionamos lenguajes, formatos y plataformas pareciera estar derivando un modo de ser. También un nuevo tipo de relación con la cotidianidad. La vida *real* tal vez no es suficiente para el ser humano del siglo XXI, pero la ficción tampoco lo es. En un mundo donde lo trans, lo multi y lo aumentado son condiciones aceptadas está surgiendo una especie de mirada cinematográfica: una forma de relación entre la imagen, el ser humano y el universo que integra estéticas, símbolos y códigos del mundo del cine con las acciones de *la vida real*. El campo para observar este fenómeno es inmenso y aún se encuentra afectado por cierta opacidad, sin embargo determinados registros visuales nos dan cuenta de su existencia.

La segunda mitad del siglo XX, aproximadamente, estuvo determinada por una serie de crisis políticas que en muchos sentidos son un llamado a buscar nuevas formas de relación. Los sistemas establecidos—gobiernos soberanos, organizaciones políticas tradicionales, estados nacionales, razas y símbolos patrios— están dejando de dar cuenta de los sistemas de agrupación simbólica aceptados por los habitantes del planeta. Como explica Manuel Castells (2012) en *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*, en la periferia de la humanidad la confianza ha estado necesitada de nuevos pactos, de otras formas de relación entre los individuos y aquello que los reúne en grupos sociales. Existe la necesidad de reubicar contextos y conceptos de distintas disciplinas que afectan a la comunicación, como la sociedad líquida, la sociedad espectáculo, la sociedad del conocimiento, entre otras. En ellas:

La confianza es lo que cohesionan a una sociedad, al mercado y a las instituciones. Sin confianza, nada funciona. Sin confianza, el contrato social se disuelve y la sociedad desaparece, transformándose en individuos a la defensiva que luchan por sobrevivir. Sin embargo, en los márgenes de un mundo que había llegado al límite de su capacidad para que los seres humanos convivieran y compartieran la vida con la naturaleza, los individuos volvieron a unirse para encontrar nuevas formas de ser nosotros, el pueblo (p. 19).

¿Dónde hallamos las condiciones para el diseño de nuevos pactos entre los seres



Existe la necesidad de reubicar contextos y conceptos de distintas disciplinas que afectan a la comunicación, como la sociedad líquida, la sociedad espectáculo, la sociedad del conocimiento, entre otras.



Foto: Ipaniza

humanos sustentados en la confianza? Ciertamente son muchas, sin embargo la aparición de modos de agrupación e intercambios simbólicos, que no estaban en el mapa hace unos años atrás, nos abren senderos para ir en su búsqueda. Las generaciones emergentes, al ser parte de un modelo narrativo del mundo—sin duda afectado por lo transmediático— están inmersas en una forma de vida donde cada acción genera contenidos.

Eso nos lleva a mirar imágenes y representaciones del pensamiento donde la cifra oficial que se maneja, según los datos recogidos por The Information—la página de noticias trending y tecnológicas— de la compañía Google, en una red de videos como Youtube está por encima de 6 mil millones de horas mensuales y cien horas de vida son subidas a Youtube por minuto. Algo que antes era impensable encuentra hoy su espacio para la inclusión ciudadana, para la construcción de una realidad que se elabora a partir del consumo de la data y de su representación. Esa que nos inserta dentro de la realidad del consumo de la comunicación como comunicación, como cultura dentro del área de lo simbólico

—donde la sociedad se encuentra mediada por esas imágenes a partir de las cuales nos redefinimos. En este espacio aseguramos el ámbito de las representaciones, descubrimos nuestro imaginario y la simbología que nos construye como una cultura que prefiere la imagen, la representación y la apariencia—el tener, el parecer y no el ser. En este sentido existe una inversión de lo real, la representación y los signos que crean un contexto en la realidad—asociado a la idea de un ser invadido por la cultura de masas, por la sociedad de consumo de lo producido como objeto de cambio e intercambio y no de uso— que se establece como ámbito de producciones socializadas en virtud de las convenciones que rigen las relaciones entre las personas.

Todo el entorno de su realidad mediada “debe contener espacios vacíos para que puedan expandirse transmedialmente”. Sus experiencias, ideas y deseos deben estar abiertos a ser “completados por los usuarios, y acrecentar de este modo la experiencia narrativa colaborativa” (Scolari, 2013, p. 24). Los jóvenes buscan plasmar a partir del cruce de experiencias, interpretaciones y consumo de historias, medios, plataformas y lenguajes compartidos. Entonces no estamos frente al espacio de lo que tradicionalmente era comprendido como lo real, sino a ese donde los habitantes del planeta viven su propio orden simbólico—un imaginario particular— que los inserta en una realidad expandida en los procesos de la comunicación contemporánea; esa que funciona a modo de “sistemas abstractos de contenido a partir de los cuales un repertorio de historias de ficción y personajes puede ser actualizado o derivado hacia una variedad de formas mediáticas” (Scolari, 2013, p. 26). En este sentido, estamos frente a la narración de lo que se conoce como espectáculo—visión de mundo—, donde sustituimos las relaciones sociales tradicionales—bases humanas, familiares, valores— a lo que reconocemos como verdadera vida e instrumento de unificación; y esto no es otra cosa que una comunicación que tiene como finalidad el signo—tener, parecer—donde el valor lo asigna un mercado particular. Y desde ahí consumimos tendencias, estilos de vida, identidades, ilusiones y no marcas.

Si bien es cierto que ya lo transmedia existe y se ha estudiado desde el 2003, ahora esta perspectiva es llevada a la vida cotidiana donde lo importante es configurarnos como un ser que forma parte de un modelo narrativo del mundo. Espacio en el que la vida cotidiana genera contenidos que forman parte de un modelo narrativo

de la cotidianidad que es vivido. En este sentido, lo transmedia es la narratividad de lo vivido en lo cotidiano, en ese instante que no tiene guiones previos. El guion aquí es la vida asumida desde la cultura de masas que he consumido y construido como identidad para poder desplegar esa perspectiva. Ya no es la publicidad la que me define, sino la mediatización de las imágenes que consumimos. Donde lo esencial ya no es solamente que todo lo que hacemos produce contenidos –que son emitidos–, sino que además, para que sea real, pareciera que lo producido tiene que ser distribuido. La distribución implica la emisión de un mensaje a un receptor y, en este caso, se expande a la configuración de relaciones donde distribuimos el contenido de distintas formas a partir del deseo y la seducción –donde el problema no es solo la emisión, sino los distribuidores de su propia mitología.

Construcción de identidades en el siglo XXI

Las identidades en el siglo XXI –en el contexto de lo *transmedia*, multimedia y *more media*¹– tienen que ver con lo variable; con una definición de sí mismo que siempre puede transformarse. La imagen de los individuos, en el contexto de las redes sociales, está asociada a múltiples referentes que en buena parte provienen del mundo del espectáculo y a la necesidad de vivir la cotidianidad bajo las condiciones del simulacro: personajes públicos, héroes de cine,



En este sentido, la relación natural de tener se cambió por la del parecer. Entonces, pasamos de un ser que existía como sujeto frente a los objetos donde la relación era el tener –eso nos otorgaba un poder por lo que teníamos, pero la gente ya no está definida por el poder acumulado del capital. Ese tener se cambia por la ilusión, por el qué parecemos

socialité o deportistas famosos. También, las marcas juegan un papel determinante en este sentido. El ser, que ha devenido en un parecer, como lo entienden muchos de los teóricos contemporáneos, construye su propia identidad sobre la base de la simulación de la realidad; de forma “que todos los signos se intercambian entre sí en lo sucesivo sin cambiarse por algo real (y no se intercambian bien, no se intercambian perfectamente entre sí sino *a condición de no cambiarse ya por algo real*)” (p. 12). En este sentido, la relación natural de tener se cambió por la del parecer. Entonces,

pasamos de un ser que existía como sujeto frente a los objetos donde la relación era el tener –eso nos otorgaba un poder por lo que teníamos, pero la gente ya no está definida por el poder acumulado del capital. Ese tener se cambia por la ilusión, por el qué parecemos –construido y sostenido dentro de sus propias inquietudes, del monólogo que habla de sí mismo para ser consumido en la oportunidad de su circulación– y no por el qué acumulamos. Y esto es realmente lo que le genera un valor en el mercado que no tiene una estandarización permanente, sino la posibilidad de transformarse, rehaerse, de cambiar constantemente porque se refiere a sí como discurso.

Lo real pareciera no ser suficiente para entender el espacio del ser humano en la sociedad. Sobre esto, Jean Baudrillard afirmó que el orden social estaba situado en el consumo y no en la producción. Lo que quiere decir que la comunicación y la cultura contemporánea están aferradas al modo de ser de la seducción. Es decir, a la existencia entendida como posibilidad de modificación, sustitución, reapropiación y actualización que no responde a un código universal, sino al deseo del instante. En este caso asociado a las redes sociales que cambian a una velocidad más rápida porque todas sus relaciones son móviles, simultáneas, interactivas, híbridas, repentinas, no hay un espacio vedado de límite absoluto; a diferencia de los sistemas de *broadcasting* que mantienen un patrón definido que no se transforma en cortos períodos de tiempo porque necesitan de una producción y circulación posterior.

Lo instantáneo es lo que permite su expansión de forma virtual a través de las redes. Ahí la identidad se activa como el discurso de un simulacro *transmedia*. Las acciones de la vida cotidiana son extendidas sin límites a través de una red de voces que se multiplican sin cesar. Ahí no hay un dominio total de los poderes políticos o económicos. De hecho, una de las discusiones más polémicas en nuestros días está referida a la intención de los gobiernos de regimenter Internet. Entre ellos podemos encontrar la iniciativa del presidente mexicano Enrique Peña Nieto sobre la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión –permite el bloqueo de acceso a contenidos y a señales de telecomunicaciones en lugares críticos y eventos determinados por el Estado. Asimismo, podemos mencionar el movimiento internacional de regulación de Internet –entre los países del Mercosur, los Brics (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (Celac) y



Foto: Donalddo Barros

algunas naciones africanas— propuesto por la presidenta brasileña Dilma Rousseff. Esta regulación ya existe en Egipto, Turquía, China y Pakistán, donde se bloquea Internet para evitar el flujo de información contra el gobierno. Entre otras cosas, es por ello que las nuevas identidades se reagrupan/reorganizan en la indefinición del espacio público global, en donde se da un proceso, como lo define Manuel Castells (2012), de:

Autocomunicación porque el emisor decide el mensaje de forma autónoma, designa a los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes de comunicación que quiere recuperar... se basa en redes horizontales de comunicación interactiva... para la construcción de la autonomía del actor social, ya sea individual o colectivo, frente a las instituciones de la sociedad (p. 24).

Ahora encontramos la construcción de identidades simulacro que han perdido su esencia en la cotidianidad, su propio ser, para exponerse en los medios que manejan; para circular y convertirse en el espectáculo del ser mismo. De esta forma asume los códigos de la cultura de masas para su elaboración, para entrar en ese juego de posibilidades que se encuentra en expansión. Y es ahí donde forma parte del efecto *transmedia* porque asume esos códigos para la creación de un modelo, avatar, discurso que se aferra a la variabilidad, al instante y a la transformación constante. Esa que podemos rastrear de los géneros, de los códigos cinematográficos, de los que hemos asumido del deporte y que pareciera, al menos en esta primera aproximación, asomarse como posible lectura de análisis desde sus propias formas de heroicidad. Estas formas son las que le permiten al individuo asumir la narración—producción y circulación de un discurso que no refiere a una realidad sino al simulacro. Sin embargo, además de la construcción de la persona dentro de ese ámbito no solo es importante cómo se llena la mirada, sino cómo lo miramos.

En este sentido, la forma de hacer las fotografías pudiera también estar asumiendo una mirada que ha aceptado los códigos mencionados anteriormente. Entonces, entre las acciones humanas y la mirada fotográfica pareciera haber un código común desde donde se entiende uno con el otro. Aunque no podamos definir en este escrito cuál es ese código común, sí podemos decir que aborda las condiciones actuales de la cultura de masas—asociada a la construcción de identidades, simulacro, heroicidad, multimedialidad. Esa cultura que se mueve/transita/vive/relaciona en el



Foto: Jorge Castro



Foto: Tuto Rodríguez

tiempo mítico de la transformación permanente de la identidad, del juego del parecer—por el hecho de la mutabilidad, transformación y de ser algo distinto a través de los símbolos construidos—, donde lo físico y lo virtual no tienen fronteras, sino que son lo mismo, son datos, data en lo visual.

Mirada del fotógrafo y su construcción a partir de las identidades del siglo XXI

Las acciones humanas definidas anteriormente pueden definirse a partir de la presencia de un tipo de codificación. Al

menos un código, un lenguaje común que no es dado por esa acción particular. Más bien, son movidas por los códigos que la cultura de masas le ofrece. Esa es la realidad que estamos mirando y es la que asumimos de esa misma forma para comunicarla—dentro de los parámetros de las prácticas culturales masivas— en el espacio físico y virtual.

Luego de revisar un extenso banco de imágenes podemos encontrar este fenómeno de narraciones *transmedia* e identidades simulacro en fotografías experimentadas y en otros hacedores de imágenes *amateurs* quienes fotografiaron las protestas desde el 12 de febrero de 2014. En particular, ha estado muy marcado en aquellos que rastrearon las protestas venezolanas desde los primeros días de febrero del presente año. Ahí compartieron el mismo espacio reporteros gráficos enviados por los medios de comunicación, fotógrafos profesionales formados académicamente y, otros, *amateurs* como estudiantes. También, encontramos a gente que se ha formado a sí misma dentro de este campo y ciudadanos comunes con sus teléfonos celulares y las nuevas tecnologías. Dentro de ese amplio espectro puede observarse una simbología que se repite. Por tanto, en este apartado voy a avanzar en este momento sobre ella y será parte de un trabajo posterior la codificación de la mirada del fotógrafo.

Como hemos explicado, anteriormente, encontramos como construcción de realidad una mirada que proviene del cine norteamericano que ya se encuentra codificada en cada uno de nosotros. En ella podemos rastrear diversas máscaras, como aquellas utilizadas por los militares, masca-



Foto: Jorge Castro

rillas para pintar, franelas para cubrirse el rostro —ya sea por identidad o por el olor de los gases— y las de Guy Fawkes —el personaje principal de los cómics de *V for Vendetta* o *Venganza*— utilizadas también por el grupo Anonymous. Estas máscaras fueron diseñadas por David Lloyd y se representan de color crema, verde, de la bandera de Venezuela con una gran sonrisa, bigotes negros puntiagudos hacia arriba; en la barbilla una barba de forma vertical —también negra— y las mejillas pintadas de rojo. Tenemos la presencia del Hulk en la protesta del Táchira —con su cuerpo pintado por completo de verde, sin camisa, con pantalones verdes rotos y su postura de pelea frente a los guardias nacionales. Diversas vestimentas con capas, crucifijos, guantes, maquillajes en el rostro o palabras escritas sobre el cuerpo, corazas y escudos de protección, entre otras son parte de la construcción de identidad que adquieren los individuos que se encuentran reflejados en las fotografías. Esto que pareciera salir de una heroicidad cinematográfica, va de lo *kitsch* hacia cierta elaboración buscando un poco de complejidad en sus representaciones. Hasta este momento, la mirada de los fotógrafos estaba volcada hacia encontrar o exaltar esos símbolos kitsch y las posibles historias derivadas de los mismos.

Por un lado, tenemos la muestra del extraordinario fenómeno de la aparición de estos atuendos, armamentos, corazas, máscaras, trajes; por otro, luego de la construcción de esta identidad simulacro nos encontramos con los momentos de acción elaborados como narrativa de una batalla épica que se activa en la multiplicación —de

la puesta en escena con sus símbolos, capas, set, máscaras. Esa donde podemos observar los distintos uniformes, el humo de los gases, los carros de la Guardia quemados o pintados, las piedras, entre otros. Esto aumenta la velocidad de circulación al utilizar la dinámica de los medios digitales interactivos. Como explica Manuel Castells (2012):

La transformación continua de la tecnología de la comunicación en la era digital extiende el alcance de los medios de comunicación a todos los ámbitos de la vida social en una red que es al mismo tiempo local y global, genérica y personal, en una configuración constantemente cambiante. Sin embargo, hay una característica común a todos los procesos de construcción simbólica: en gran medida dependen de los mensajes y de los marcos creados, formateados y difundidos en las redes de comunicación multimedia (pp. 23-24).

La conformación de una identidad aunada a la narrativa *transmedia* de una batalla épica nos lleva de nuevo hacia las acciones humanas. Esas que le devuelven la humanidad a los sujetos. Por ejemplo, tenemos las relaciones de afecto, de compañerismo, de los novios tomados de manos —que son las que parecieran repetirse más. Esto está generando un contenido que a todas luces nos lleva a una propuesta narrativa que está metida dentro de los códigos propios de la cultura de masas del siglo XXI. Cultura que está muy afectada por la industria de la sociedad del espectáculo de Hollywood y la del ámbito deportivo y, que

a su vez, genera un espacio de comunicación hipermediática definida por Carlos Scolari (2008) como “proceso de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrolla en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (pp. 113-114).

MARIELA MATOS SMITH

Licenciada en Comunicación Social por la UCAB. Cursante de la maestría en filosofía en la UCAB. Profesora del pregrado en la UCAB.

Referencias

- BAUDRILLARD, J. (1993): *El intercambio simbólico y la muerte*. Caracas: Monte Ávila Latinoamericana.
- BERNERS-LEE, T. (2000): *Tejiendo la red*. Madrid: Siglo XXI.
- BISBAL, M. y NICODEMO, P. (2006): “El consumo cultural en Venezuela”. En: Sunkel, Guillermo (coord.): *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- CASTELLS, M. (2012): *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. España: Alianza Editorial.
- DINEHART, S. (2008): *Transmedial play: cognitive and cross-platform narrative*. Revisado en Julio 2, 2014 de, <http://narrativedesign.org/2008/05/transmedial-play-cognitive-and-cross-platform-narrative/>
- KAPUSCINSKI, R. (2005): *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Barcelona: Anagrama.
- MORIN, E. (1981): *Para salir del siglo XX*. Barcelona: Editorial Kairós.
- SCOLARI, C. (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. España: Gedisa Editorial.
- (2013): *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. España: Deusto.

Nota

- 1 Idea tomada de la profesora Margarita D'Amico como *más medios*. Es una de las características del siglo XXI que marca la contemporaneidad en el marco de la bohemia hipermediática —de ese gran escenario virtual que nos pone al instante en órbita, todo en sintonía universal— a partir de los celulares, mails, Facebook, Twitter, tabletas, computadoras que se configuran como *more media*. Y quienes la utilizan forman parte de la generación 360, generación next, generación 4G, nueva bohemia.