

# Cultura audiovisual digital

Jordi Alberich Pascual  
Gemma San Cornelio Esquerdo

PID\_00175527

Material docent de la UOC



Universitat Oberta  
de Catalunya

[www.uoc.edu](http://www.uoc.edu)



**Jordi Alberich Pascual**

Professor titular d'universitat de Comunicació audiovisual i publicitat a la Facultat de Comunicació i Documentació de la Universitat de Granada, i investigador col·laborador de l'Internet Interdisciplinary Institute (IN3) de la Universitat Oberta de Catalunya. Doctor per la Universitat de Barcelona (1998) i llicenciat en Belles Arts, especialitat en Fotografia, Cinema i Vídeo (1993), i en Filosofia i Ciències de l'Educació (1996) per la mateixa universitat. Autor d'una àmplia sèrie de monografies i articles de recerca; el conjunt de la seva activitat docent i investigadora s'ha desenvolupat a partir de l'estudi de les implicacions que el procés d'implementació de les noves tecnologies de la informació i de la comunicació han tingut per al discurs audiovisual contemporani.



**Gemma San Cornelio Esquerdo**

Doctora en Comunicació Audiovisual (2003) i llicenciada en Belles Arts. Actualment, és professora agregada dels Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació de la UOC, i responsable d'assignatures de l'àrea de Disseny i Creació Audiovisual. També és professora del màster de Societat de la informació i el coneixement de la UOC i investigadora del grup de recerca Mediaccions. El seu àmbit de recerca se centra en l'estudi de formes creatives dels nous mitjans i la cultura digital.

Primera edició: setembre 2011

© Jordi Alberich Pascual, Gemma San Cornelio Esquerdo

Tots els drets reservats

© d'aquesta edició, FUOC, 2011

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Disseny: Manel Andreu

Realització editorial: Eureka Media, SL

Dipòsit legal: B-29.708-2011

*Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars del copyright.*

## Introducció

Els mitjans de comunicació de massa tradicionals estan vivint un procés de refundació de la seva naturalesa i de les seves finalitats. A ningú no se li escapa ja com l'emergència de les noves tecnologies de la informació i la comunicació ha representat un desplaçament radical de la seva definició moderna, i ha provocat l'aparició de noves dimensions comunicatives.

La constatació explícita d'aquest procés obre un interessant debat sobre l'abast de la novetat dels mitjans digitals o dels denominats *new media*, en relació amb els seus antecessors no digitals. Duplicitat real o il·lusòria? Els anteriors canals unitaris esdevenen avui dobles: periodisme i periodisme digital, cinema i *software cinema*, televisió i televisió interactiva, correu i correu electrònic, etc., i així amb pràcticament tots i cada un dels nous vells mitjans. Aquesta nova i vella realitat simultània ens interroga. El procés recent d'adaptació dels mitjans de comunicació de massa tradicionals al nou hàbitat digital ¿representa només un salt evolutiu de les velles espècies, o, per contra, assistim a l'aparició (revolucionària) –si s'accepta l'analogia animal– d'espècies noves? En altres paraules, la lògica que domina aquest procés de digitalització ¿amaga (plena) novetat o es tracta de (simple) evolució?

En la dualitat entre ruptura i evolució (o canvi i continuïtat) en els mitjans de comunicació se situa el debat sobre la utilització o no de l'atribut *nou* al costat dels mitjans. Aquest tret diferenciador podria suggerir un excessiu entusiasme en relació amb la novetat i reobre la discussió sobre la distinció entre el que és nou i el que no ho és, i també en quin moment els “nous” mitjans ho deixen de ser, tal com han expressat autors com Manovich (2001) o Lunenfeld (1999). Tanmateix, la qüestió va més enllà de les tecnologies i la seva obsolescència i ens porta al plantejament de si hi ha formes culturals genuïnes d'aquests nous mitjans. En aquest sentit, el punt de partida d'aquesta assignatura, i també la seva raó de ser, ens situaria davant d'una resposta afirmativa, si bé entenem que no hi ha formes culturals “pures” que no s'hagin basat d'una manera o un altra en el passat.

Aquesta assignatura, *Cultura audiovisual digital*, pretén ser un punt d'entrada a l'estudi de les formes culturals pròpies dels mitjans digitals, tractant de proporcionar un sentit històric i crític, però també en sintonia amb les investigacions actuals, dels denominats *nous mitjans*.

Segons Roig, hi ha tres grans aproximacions a l'estudi dels nous mitjans; la denominada **estètica**, la centrada en la **producció** i el **consum** i la perspectiva **social** (Roig, pàg. 45, 2009). D'acord amb aquesta anàlisi podem identificar un primer conjunt de teories que s'apropen als nous mitjans atrets per les formes

### New media

Les respostes evolutives al debat plantejat matisen i accepten amb cautela la presumpta independència dels nous mitjans davant dels vells, i assenyalen el perill que representa convertir l'expressió *new media* en una nova consigna de moda transitòria i de ràpida caducitat; analitzant-ho críticament com ho exposa Lunenfeld:

“El terme *nous mitjans* és en si mateix ambigu. El vídeo continua essent un mitjà «nou»? Els sistemes operatius són mitjans? L'hipertext és un mitjà diferent del llibre electrònic? Així doncs, el terme *nous mitjans* té un significat molt ampli i es refereix a totes aquestes produccions culturals, sigui quin sigui el nom que els vulguem donar.”

P. Lunenfeld, *The digital dialectic: new essays on new media* (1999)

Contràriament, en les solucions avantguardistes oposades, la mateixa etiqueta, més enllà del seu possible ús merament descriptiu, posseeix i exemplifica una situació realment revolucionària, segons Manovich:

“Als anys noranta, el terme *nous mitjans* s'utilitzava com a concepte general per a les noves formes culturals que depenien dels ordinadors per a la seva distribució: CD-ROM i DVD-ROM, llocs web, jocs d'ordinador, hipertext i aplicacions hipermèdia. Però més enllà del seu significat descriptiu, aquest terme també incorporava les connotacions de la promesa d'una innovació cultural radical.”

L. Manovich, *The Language of New Media* (2001)

artístiques i visuals emergents i els objectes o textos produïts en el context dels nous mitjans. Els autors que se situen en aquesta línia se centren en la definició de les característiques pròpies dels nous mitjans com a experiència estètica, i també en els processos de transformació dels mitjans tradicionals, entesos en el seu vessant de formes culturals. En el seu discurs es destil·la especialment un interès pel canvi tecnològic i per identificar les diferències entre l'allò que és “nou” i l'allò que és “vell”, i també el potencial revolucionari dels nous mitjans. El seu objecte d'anàlisi seran, principalment, els textos o productes culturals dels nous mitjans i les seves característiques, entre les quals, per exemple, la seva condició oberta o modular. Així doncs, les formes artístiques emergents i l'experiència subjectiva de l'usuari en els entorns digitals són temes d'especial interès.

En segon lloc, hi ha un segon vector d'anàlisi que tracta d'establir nexes entre la producció i les formes d'ús i consum dels nous mitjans. Es tractaria d'una aproximació a la cultura simultàniament com a producte i com a procés, o dit d'una altra manera, aquesta tendència uniria la **visió estètica** i l'**antropològica de la cultura**. Alguns dels temes que s'aborden són les estratègies productives adoptades per les indústries culturals en el context dels nous mitjans, els conflictes fruit de la tensió entre l'intent per part de les indústries de mantenir el control sobre la producció cultural i la capacitat d'agència més gran dels consumidors (un exemple d'això seria l'apropiació dels textos de la cultura popular). Dins d'aquest plantejament es valoren, per tant, les formes de productivitat per part dels públics, o la importància del joc com a forma d'interacció, i també els plaers proporcionats pels nous mitjans. En definitiva, es tractarà d'explorar les possibilitats reals de democratització de la producció en el context dels nous mitjans.

Finalment, una tercera aproximació als nous mitjans se situa en la interrelació entre **tecnologies, mitjans i societat** que s'estableixen en el context dels nous mitjans. Es tractaria d'un abordatge més de tipus sociològic que tracta d'aportar llum sobre l'exercici del poder i les restriccions estructurals i explora les possibilitats dels nous mitjans per al canvi social. Des d'una actitud crítica, s'hi tracten temes relacionats amb el determinisme tecnològic (al qual contraposen la seva visió d'una conformació social de la tecnologia) o els discursos utòpics sobre la tecnologia, els condicionants econòmics i l'estructura productiva, el poder, les polítiques públiques, la identitat, la censura, la raça i el gènere.

Tenint en compte aquesta divisió, els materials de l'assignatura que presentem se centrarien en la primera i la segona tendència, és a dir, abordem principalment la cultura audiovisual a partir de les seves formes estètiques, encara que també tenim en consideració aspectes productius i estructurals que connecten aquesta cultura amb la societat. Per a això, l'assignatura es dota d'un utillatge teoricopràctic que intenta proporcionar als estudiants les eines d'anàlisi i comprensió de fenòmens actuals a partir de la combinació de textos teòrics establerts provinents de la teoria crítica o del pensament contemporani amb

#### Autors destacats de la línia estètica

Dins de la línia estètica destaquen el treball d'alguns autors ja citats com Lev Manovich i Peter Lunenfeld, a més d'Andrew Darley, Sean Cubitt, Richard Bolter i Jay David Grusin, entre d'altres.

#### Autors destacats en l'estudi dels nous mitjans

En l'àmbit de l'estudi del consum i la producció dels nous mitjans, destaquen teòrics com John Fiske, Henry Jenkins o P. D. Marshall.

#### Autors destacats del corrent sociològic

Algunes contribucions destacades dins d'aquest corrent vénen de la mà d'autors com Roger Silverstone, Sonia Livingstone, Leah A. Lievrouw o Barbara Klinger, compilades en publicacions de referència com *New Media and Society* (iniciada el 1999).

investigacions recents, i aportar exemples significatius que ajudin l'estudiant a identificar conceptes, temes i objectes d'interès per a la prospecció i la investigació de la cultura audiovisual digital contemporània.

## Continguts

Mòdul didàctic 1

### **Imatge i cultura visual**

Jordi Alberich Pascual i Gemma San Cornelio Esquerdo

1. L'emergència de la cultura visual digital
2. Imatge digital i postfotografia
3. *Homo videns*: la primacia de la imatge

Mòdul didàctic 2

### **Representació i simulació**

Jordi Alberich Pascual i Gemma San Cornelio Esquerdo

1. Lògica de la simulació
2. L'efecte Möbius
3. Virtualitat i realitat: espais d'expressió i trànsit

Mòdul didàctic 3

### **Estètica i comunicació digital**

Jordi Alberich Pascual i Gemma San Cornelio Esquerdo

1. Desplaçaments estètics i culturals
2. Creació col·lectiva
3. L'audiovisual digital i a la Xarxa

Mòdul didàctic 4

### **Nous mitjans, indústria cultural i entreteniment**

Jordi Alberich Pascual i Gemma San Cornelio Esquerdo

1. Industrialització i espectacularització de la visió
2. Indústria cultural, indústries creatives i indústria audiovisual digital
3. La cultura del *remix* en els nous mitjans

## **Bibliografía**

**Lunenfeld, Peter** (1999). *The digital dialectic: new essays on new media*. Cambridge: MIT Press.

**Manovich, Lev** (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.

**Roig, Antoni** (2009). *Cine en conexión: producción industrial y social en la era cross-media*. Barcelona: EDIUOC.

