

# clave

019-97

## territorio híbrido

Proyecto Solar

// Rejane Cantoni - Leonardo Crescenti

Machinimia un medio híbrido: Película animadas  
usando videojuegos

// Ricardo Cedeño

Severed Ways - El fin de la historia y el 'historizar' Una temprana  
mitología nórdica a través del realismo de alta definición

// Gregg Perkins

Campañas políticas en línea en el mundo post- Obama:  
El caso de dos partidos políticos brasileiros

// Gracieli Scremin - Stephanny Araújo

„Qué diría Robo Cristo? “El proceso creativo entre bastidores”

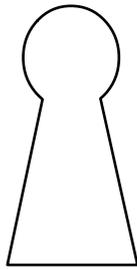
// Doug Sutherland

RESEÑA: La cultura DEMO en Europa – mostración y  
demonstración en las artes digitales

// Diana Mesa

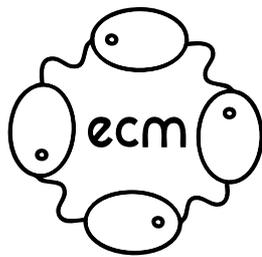
dvd clave 019-97 #3







clave #3  
019-97



directora  
Myriam Luisa Díaz

comité editorial  
Claudia Montilla  
Jorge La Ferla  
Lucas Ospina  
María Margarita Jiménez  
Santiago Echeverry

coordinación editorial  
Myriam Luisa Díaz

asistente editorial  
Paula Zapata

desarrollo gráfico  
Lorena Kraus

corrección de estilo  
Juana María Rey

traducción inglés - español  
Inés Elvira Rocha

traducción francés - español  
Camilo Sarmiento

portada e ilustraciones  
Paula Zapata

versión electrónica  
<http://clave19-97.uniandes.edu.co>  
ISSN 2011-4001

producción web  
Paula Zapata

dvd clave 019-97  
ISSN 2011-3994  
producción y diseño  
Paula Zapata

ISSN 2011-401X  
#3 - 2010 - © de los autores y de la Especialización en Creación Multimedia  
<http://creacion-multimedia.uniandes.edu.co>

Universidad de los Andes, Facultad de Artes y Humanidades, Departamento de Arte.  
Cr 1. No. 18A-10 / Apartado Aéreo 4976, Bogotá, D.C., Colombia  
Teléfonos: (571) 3324450 - 3394949, Ext.: 2636  
<http://arte.uniandes.edu.co/>

Ediciones Uniandes  
Cr. 1 No. 19-27, Edificio AU, Bogotá, D.C., Colombia  
Teléfono: 3394949-3394999. Ext.:2133.Fáx:2158  
<http://ediciones.uniandes.edu.co>  
[infeduni@uniandes.edu.co](mailto:infeduni@uniandes.edu.co)

Clave 019-97 es una publicación seriada anual de criterio independiente con un propósito académico. Los contenidos de los artículos y trabajos son responsabilidad exclusiva de cada uno de los autores.

Impreso en Bogotá, Colombia, 2010.  
Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra sin una autorización escrita.

clave #3

019-97

El espacio de la creación multimedia es un lugar donde se mezclan distintos aspectos de expresión sensorial, técnica y práctica así como de difusión y contenido.

En el tercer número, Clave 019-97 muestra parte de este territorio híbrido del arte digital. El cine, la instalación, el dibujo, el videojuego, la animación, la red, la escritura, el sonido, entre otros, hacen parte de los elementos, que a su vez se combinan en las obras referenciadas dentro de los textos y el DVD que acompaña esta publicación.

Estas distintas aproximaciones también hacen referencia a la simultaneidad y coexistencia de componentes de tiempo, forma y espacio que concibe cada territorio multimedial único y significativo.

Myriam Luisa Díaz

clave #3  
019-97

# índice

Proyecto Solar Rejane Cantoni - Leonardo Crescenti	13
Machinimia un medio híbrido: Películas animadas usando videojuegos Ricardo Cedeño	37
Severed Ways: El fin de la historia y el 'historizar' Una temprana mitología nórdica a través del realismo de alta definición Gregg Perkins	53
Campañas políticas en línea en el mundo post - Obama: El caso de dos partidos políticos brasileños Gracieli Scremin - Stephanny Araújo	65
WWRCS, ¿qué diría Robo Cristo? "El proceso creativo entre bastidores" Doug Sutherland	83
Reseña : La cultura DEMO en Europa – mostración y demostración en las artes digitales Diana Mesa	95
dvd clave 019-97 #3	107

clave #3

019-97



Rejane Cantoni\*  
Leonardo Crescenti\*\*

Resumen:

Instalación robótica de carácter inmersivo e interactivo, diseñada para simular las cualidades e intensidades de la luz solar en relación con el espacio-tiempo del ser humano.

Palabras Clave:

Instalación, robótica, luz solar, interactivo, simulador, coordenadas, geográfica, Tierra, horario, latitud, longitud.

\* Graduada en Periodismo de la Pontificia Universidade Católica de São Paulo (1982) , Máster en Comunicación y semiótica de la Pontificia Universidade Católica de São Paulo (1989) , Máster en Estudios Superiores de sistemas de información Vis de la University of Génève (1996) , Ph.D. en Comunicación y Semiótica de la Pontificia Universidade Católica de São Paulo (2001) y Post Doctorado de la Universidade de São Paulo (2009) . Actualmente es Assistente Doutor of Pontificia Universidade Católica de São Paulo. Tiene experiencia en Arte. Enfocada principalmente en los temas: interfaces humano-computador, arte, ciencia y tecnología, realidad virtual, teleinmersión, ciberespacio y semiótica.

\*\* Artista y arquitecto graduado de la Universidad de Sao Pablo - FAU(1978). Trabaja como fotógrafo desde 1980. Desde 1984 es director de fotografía en comerciales y cortometrajes, también desarrolla una investigación fotográfica que publica a través de ensayos personales. Como artista investiga y desarrolla proyectos en nuevos medios. Como director de cine ha producido 13 cortometrajes desde 1978, con los cuales ha ganado 21 premios en Brasil y 14 premios en otros lugares del mundo. Tres de sus cortometrajes han sido mostrados (28 hors-concours) en el Festival de Cannes.

Abstract:

Robotic immersive and interactive installation, designed to simulate the sunlight qualities and intensities in relation to the human space-time perception.

Keywords:

Installation, robotics, sunlight, interactive, simulator, coordinates, geography, Earth, latitude, longitude, time zone.

Resumo\*:

Instalação robótica de caráter imergido e interativo, desenhada para simular as qualidades e intensidades da luz solar em relação com o espaço-tempo do ser humano.

Palavras Chave:

Instalação, robótica, luz solar, interativo, simulador, coordenadas, geográfica, Terra, horário, latitude, longitude.

---

\*Traducido por Antonio Lobato

## **SOLAR, 2009**

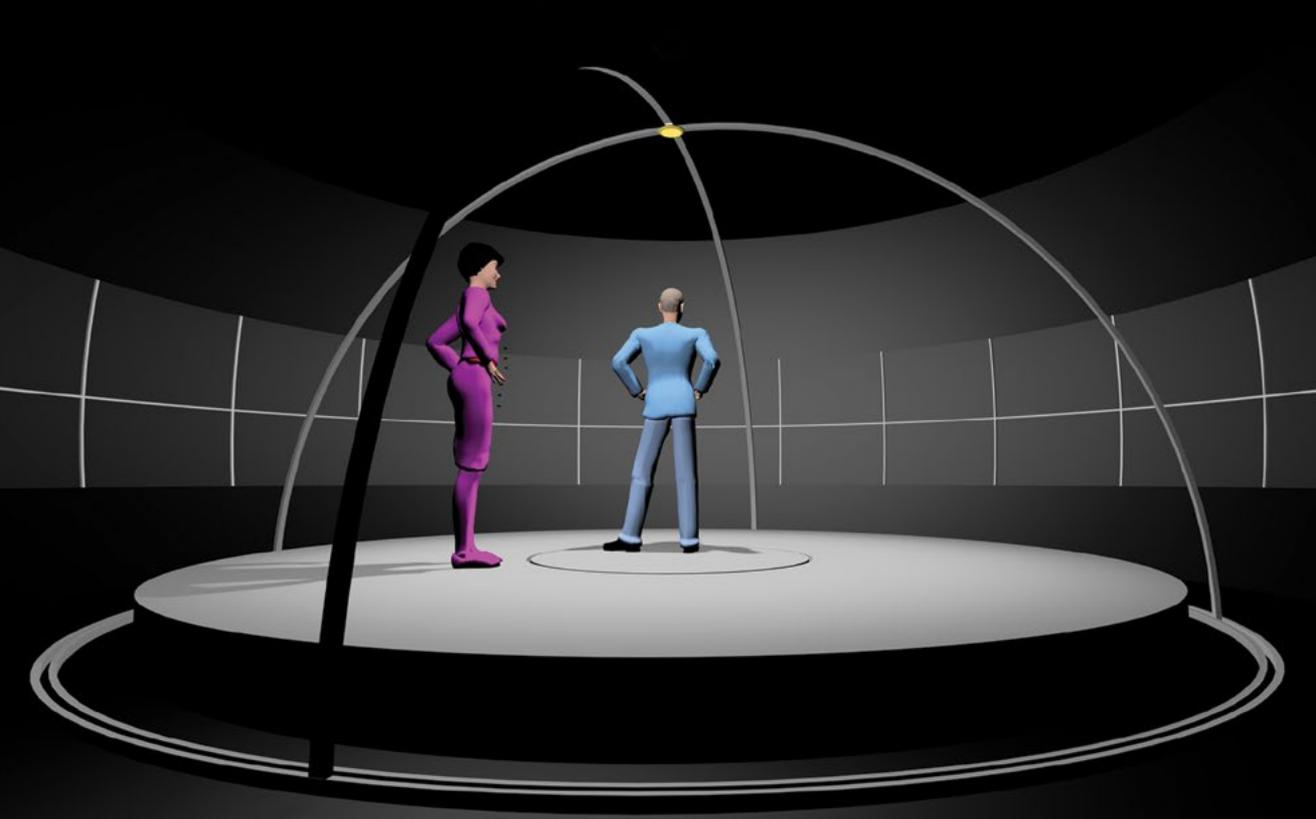
Rejane Cantoni y Leonardo Crescenti

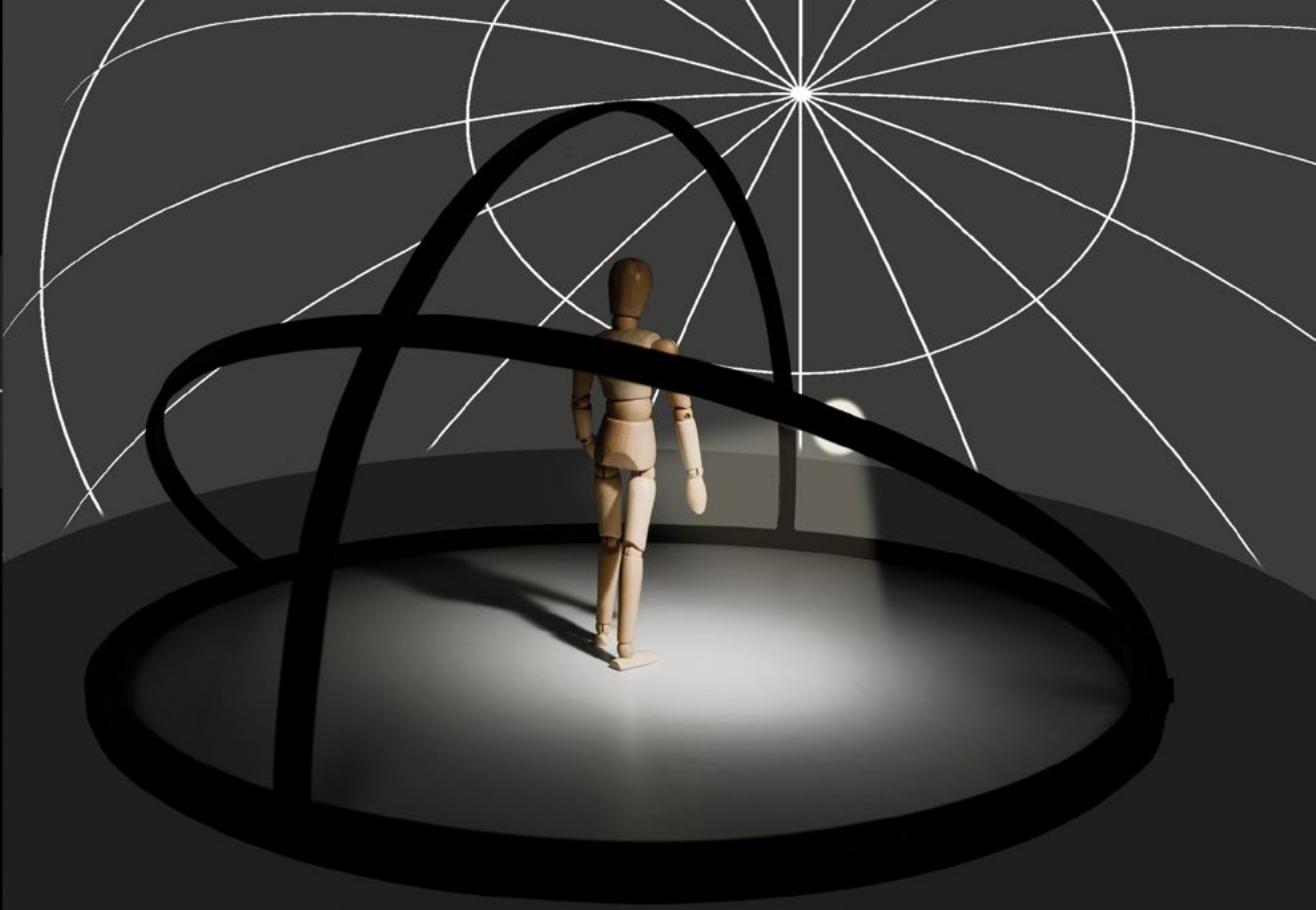
Instalación robótica de carácter inmersivo e interactivo, diseñada para simular las cualidades e intensidades de la luz solar en relación con el espacio-tiempo del ser humano.

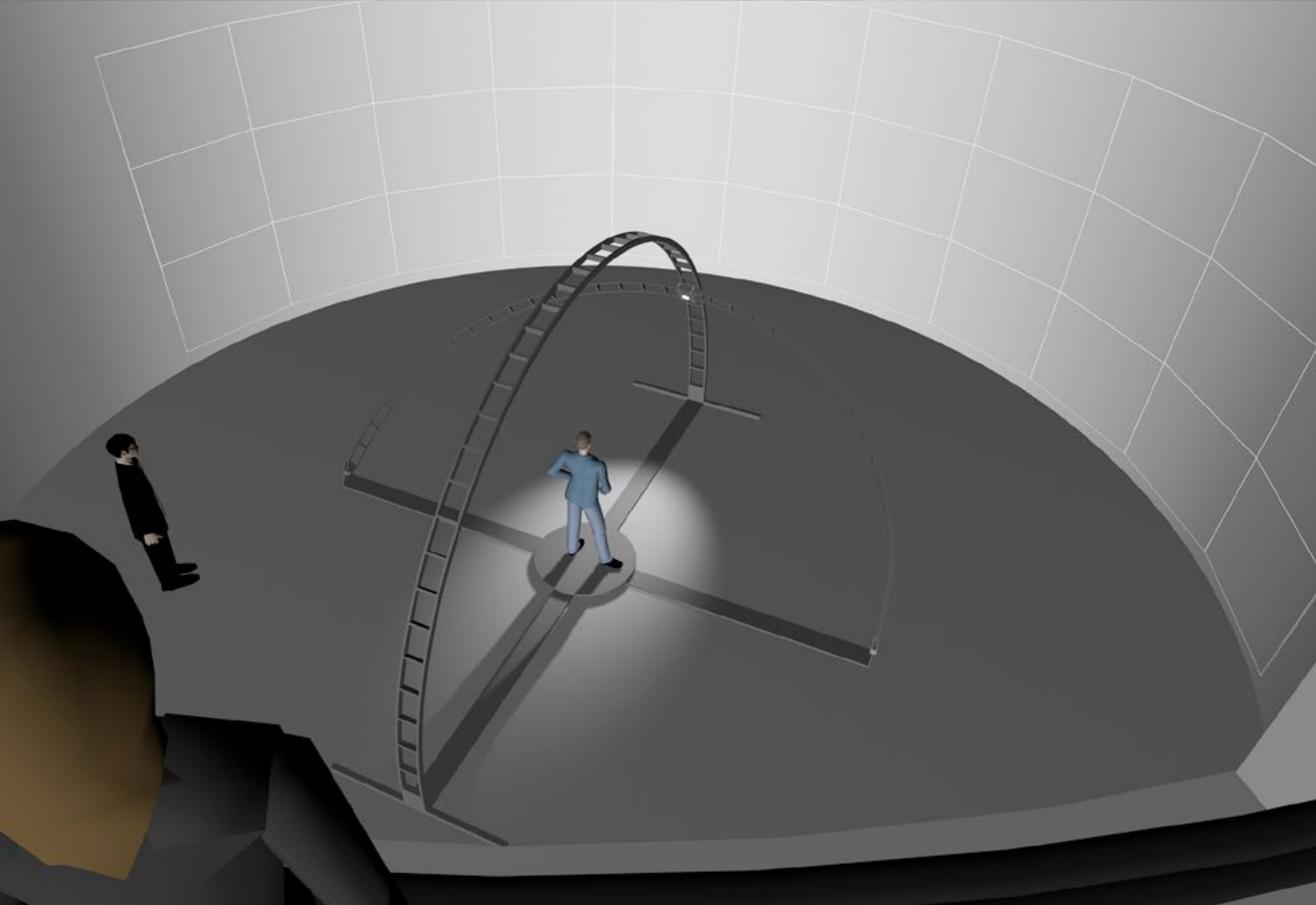
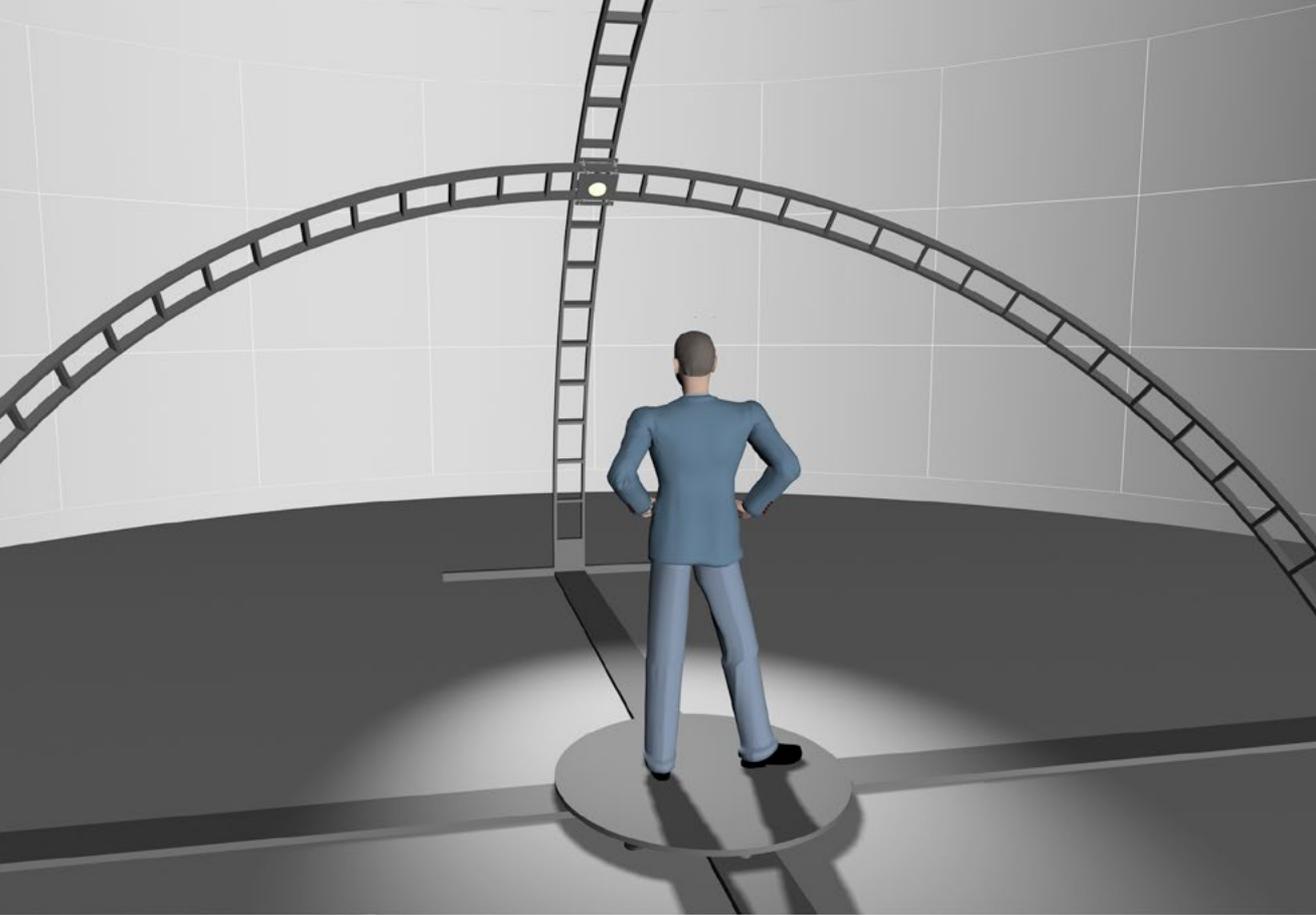
En el centro del espacio hay dos arcos de metal (uno móvil y otro fijo) con rieles, sobre los cuales se desliza un reflector, cuyo movimiento es resultado de la interpretación que el sistema realiza a partir de datos introducidos por los usuarios.

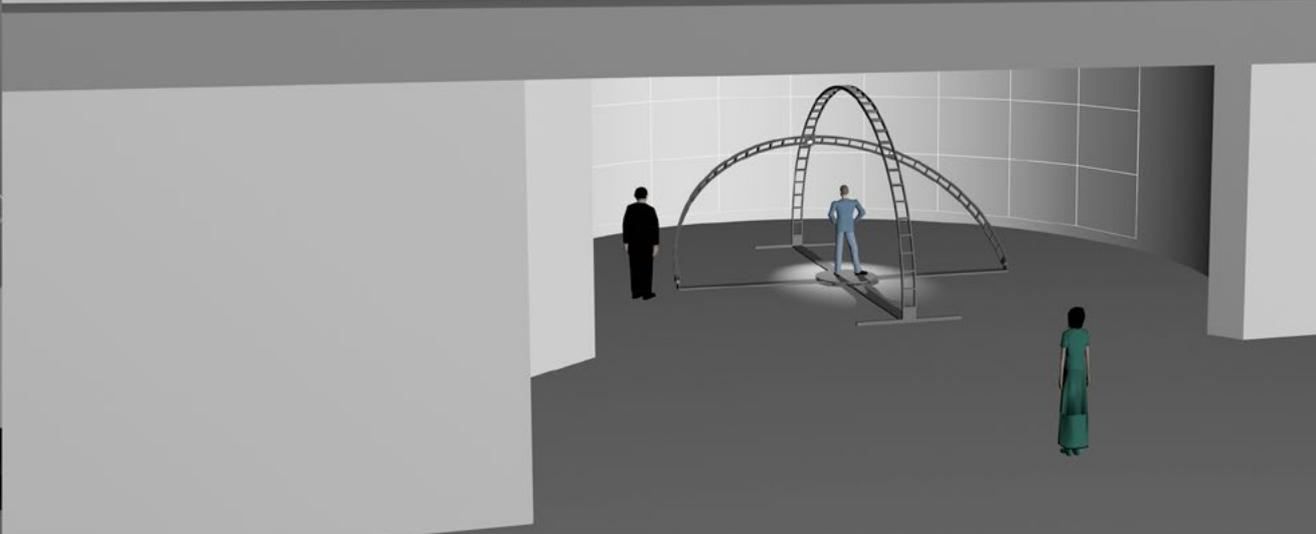
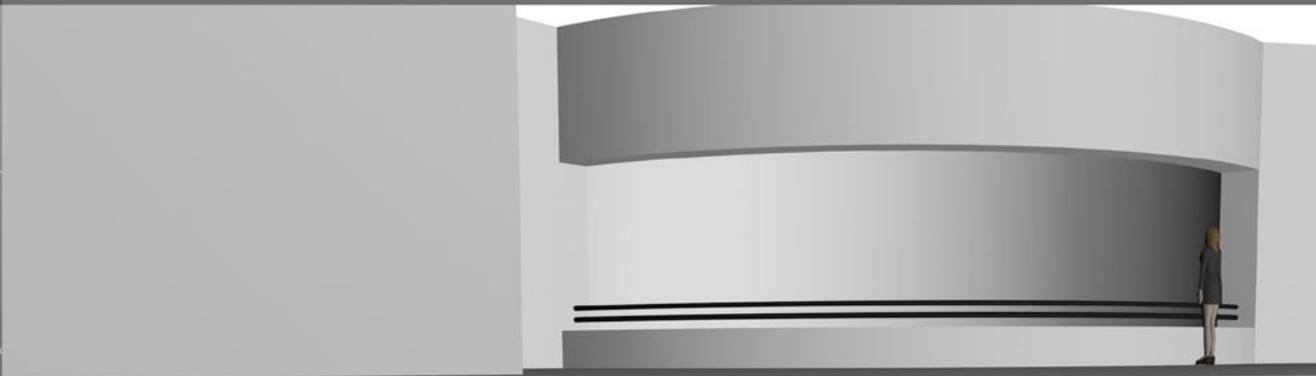
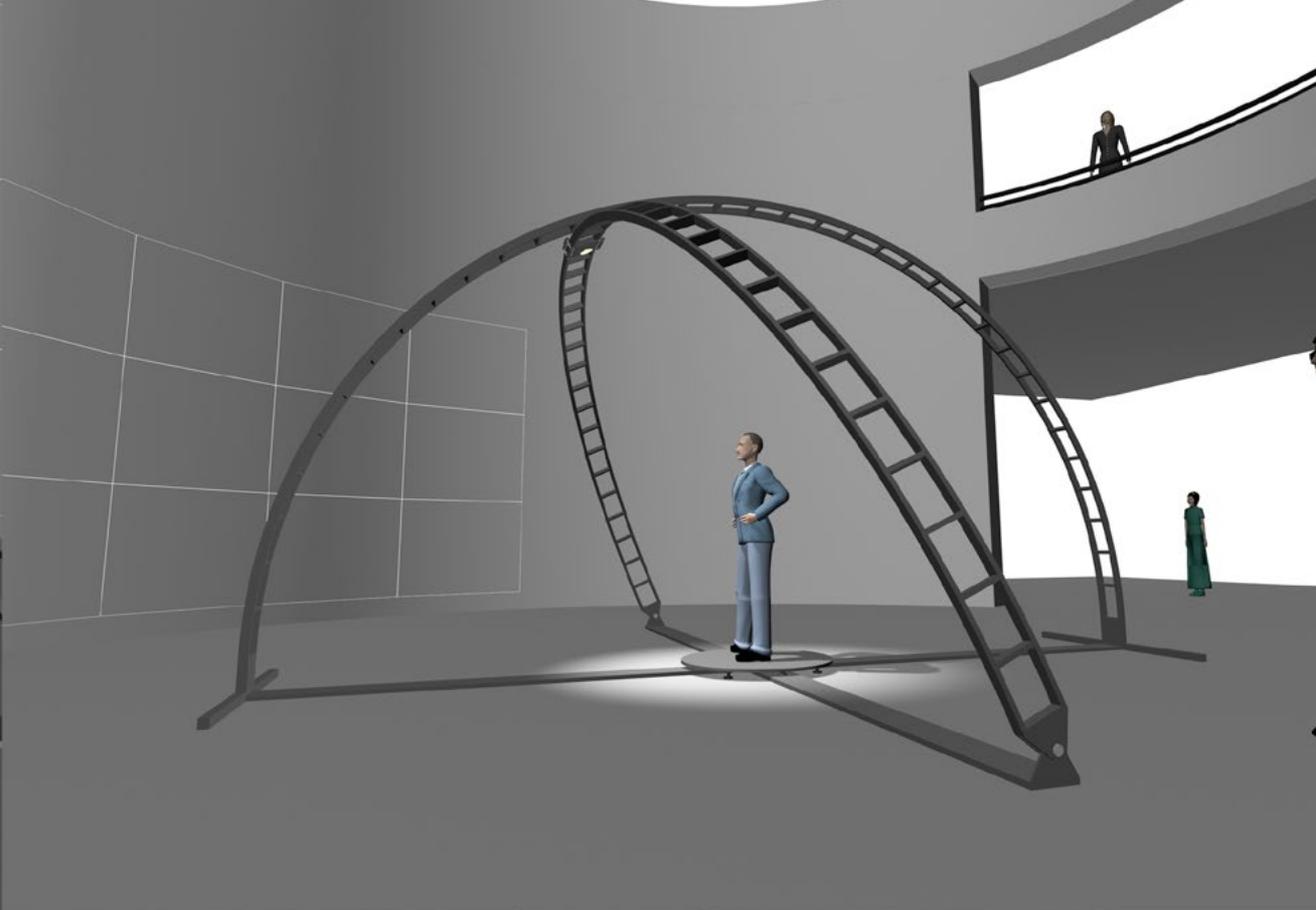
Sobre la pared de fondo se realiza una proyección panorámica que deja ver las coordenadas geográficas de la Tierra, igualmente cambiantes según las latitudes y longitudes introducidas por el público.

La interacción se puede realizar de dos maneras: en la primera, el visitante puede introducir al banco de datos, una posición geográfica y horario determinados; al pisar la interfase colocada sobre el piso de la instalación; en la segunda, se verbalizan los datos que serán captados directamente por un dispositivo de reconocimiento de voz programado.

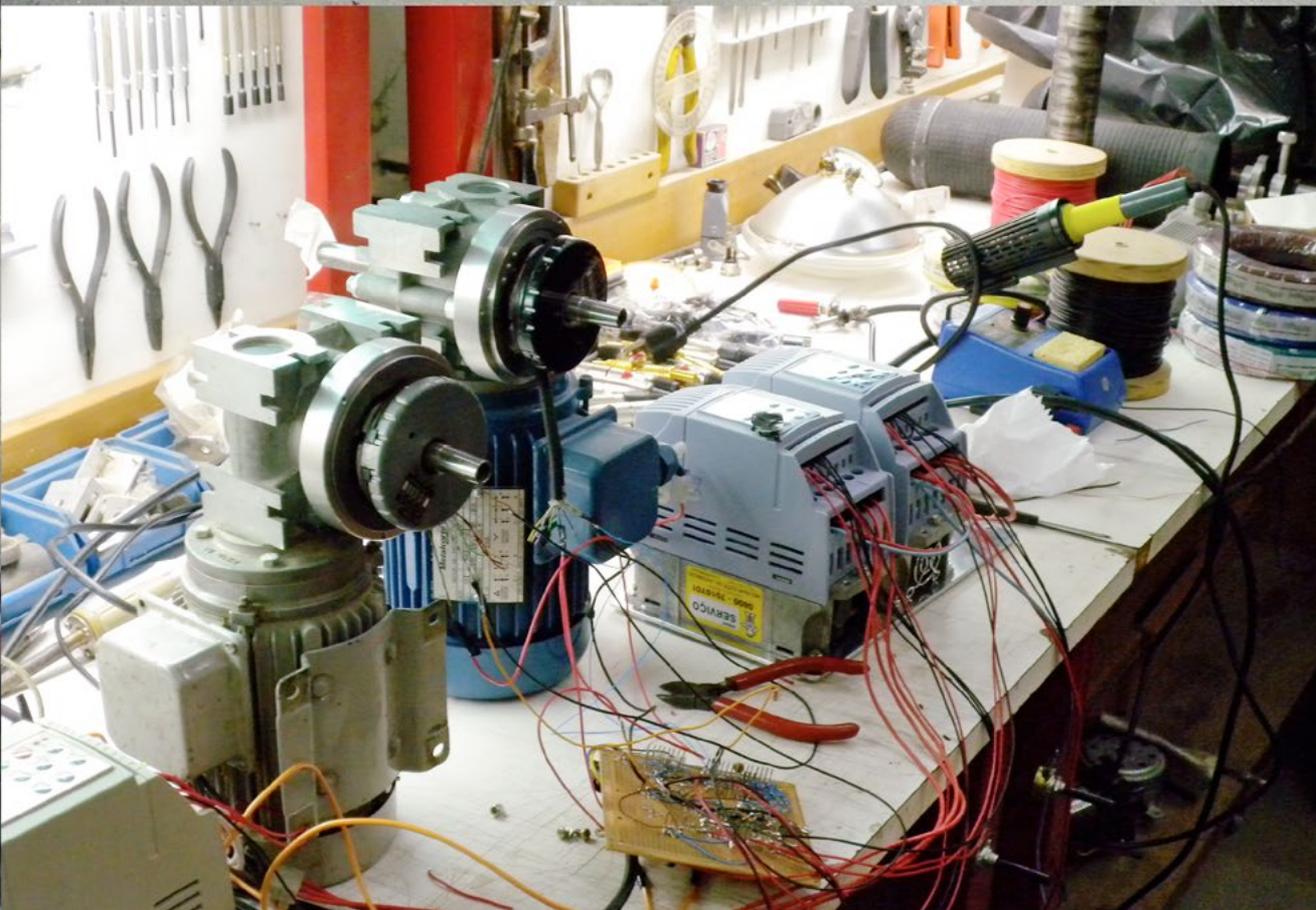


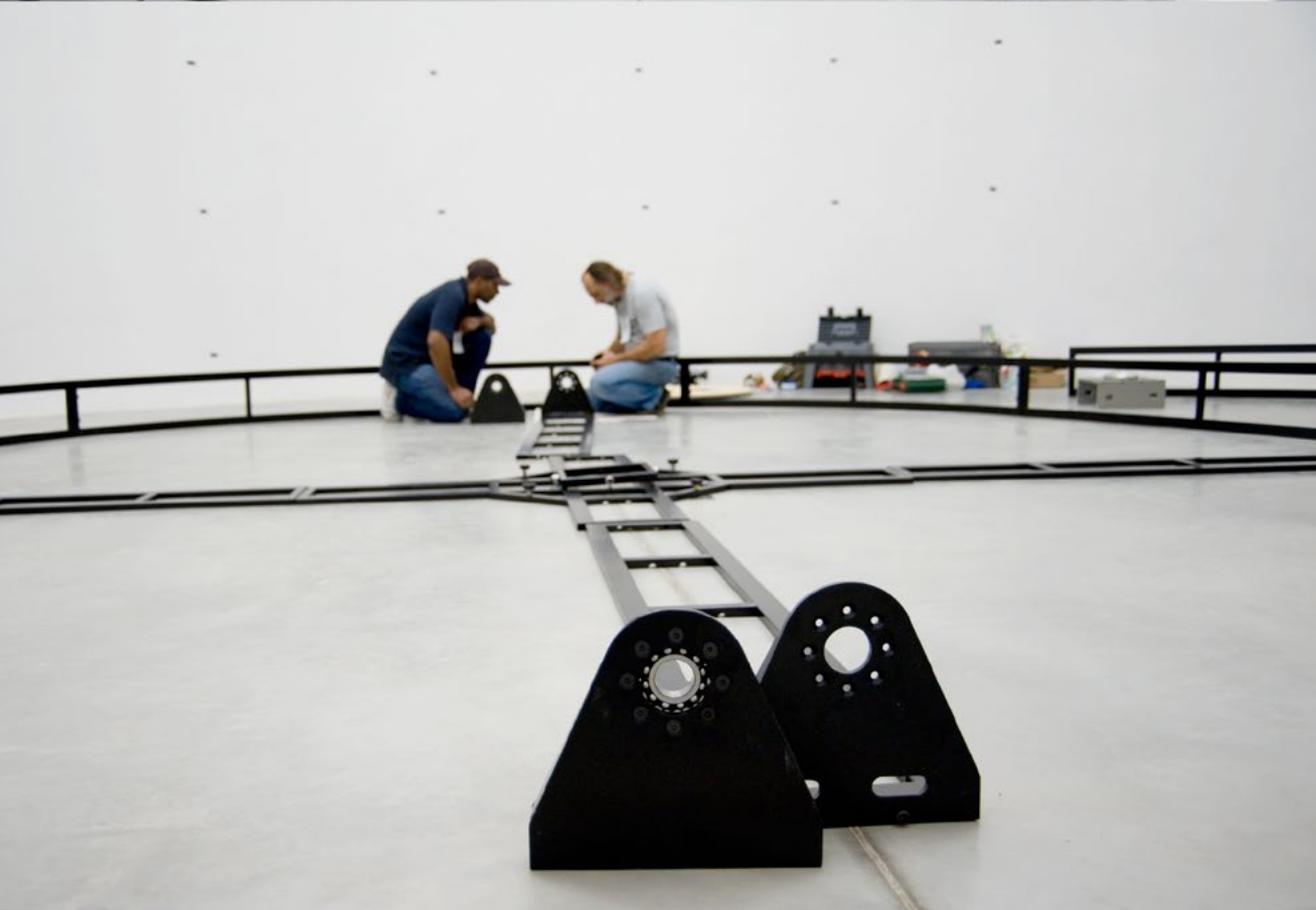
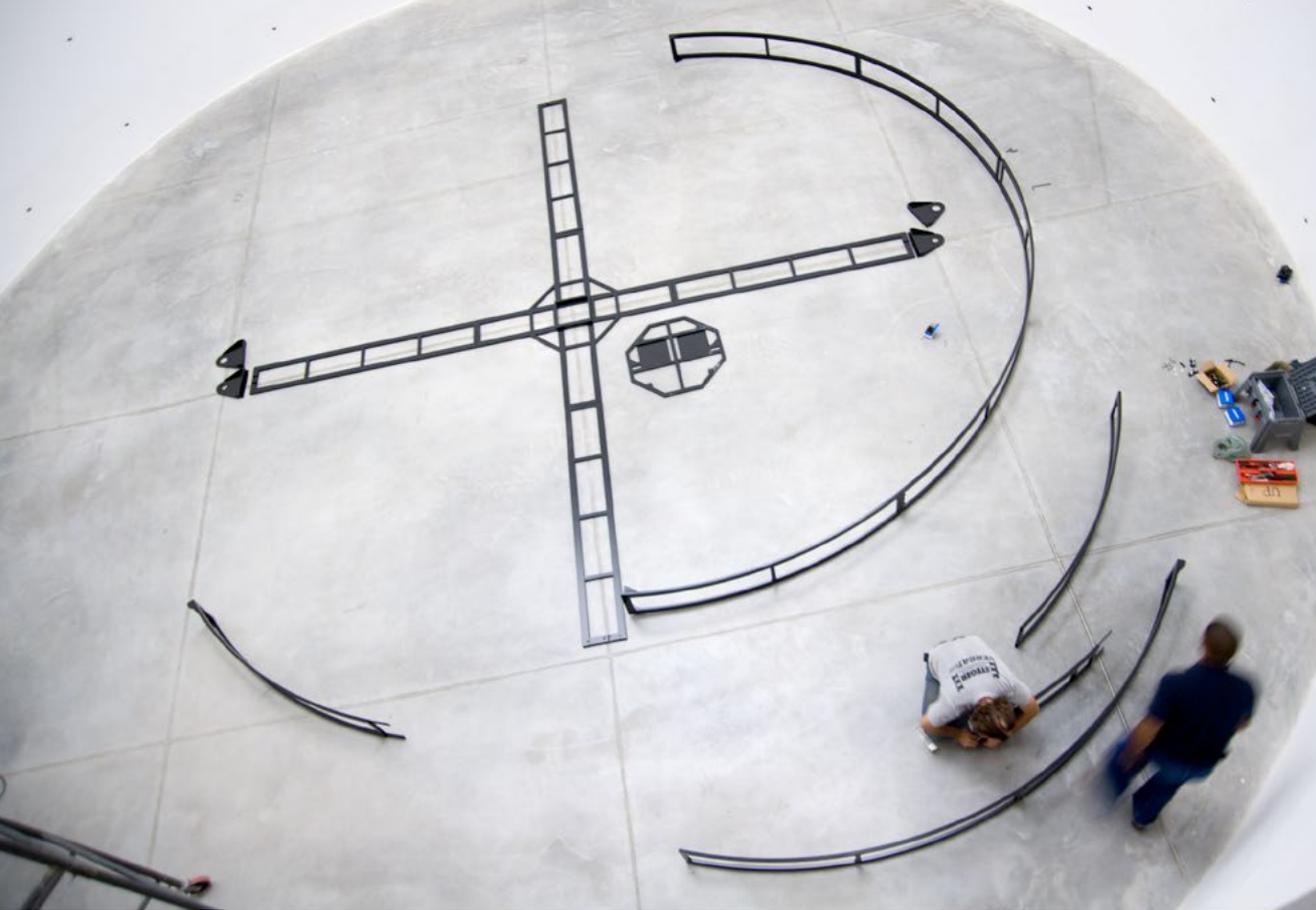


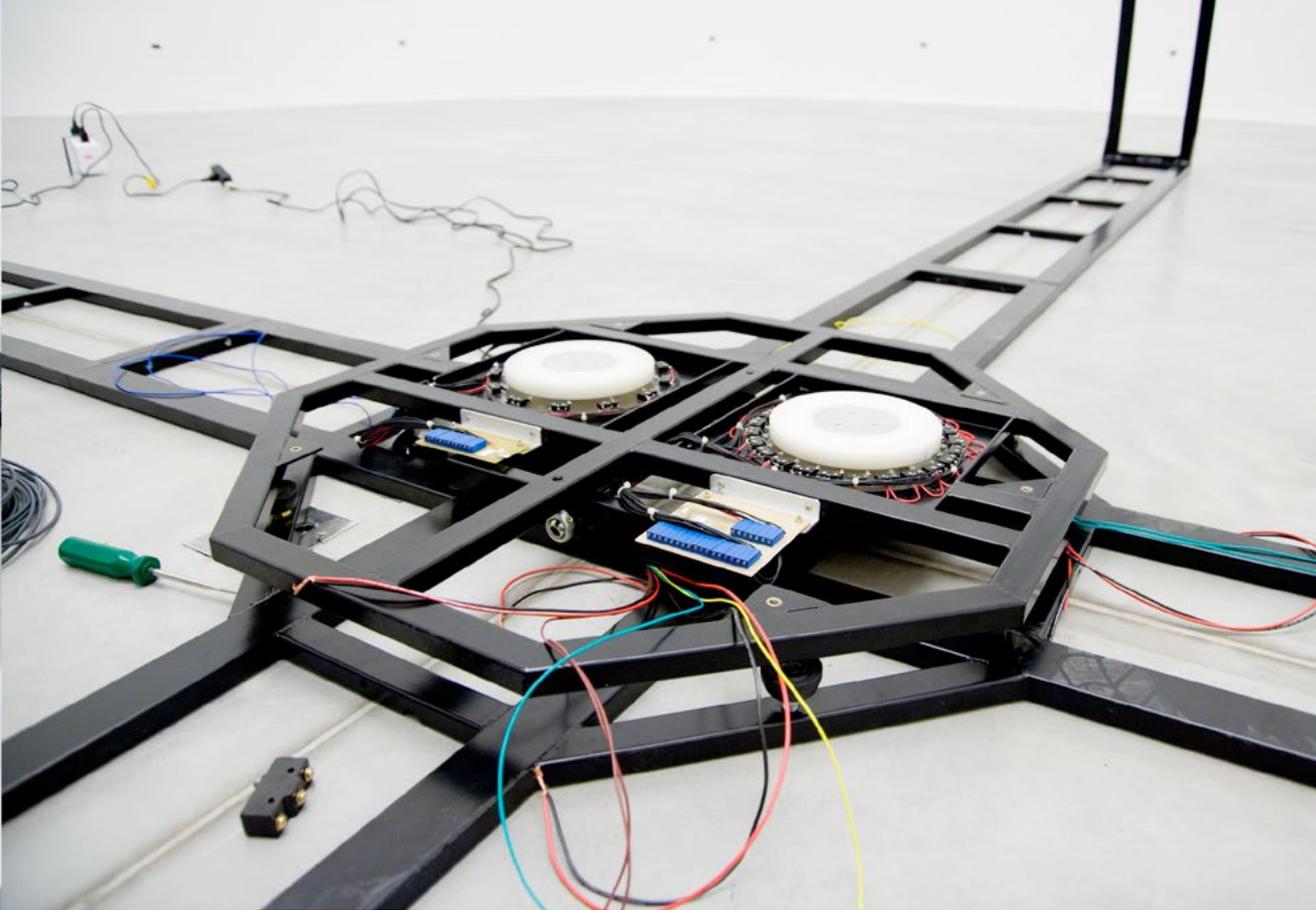


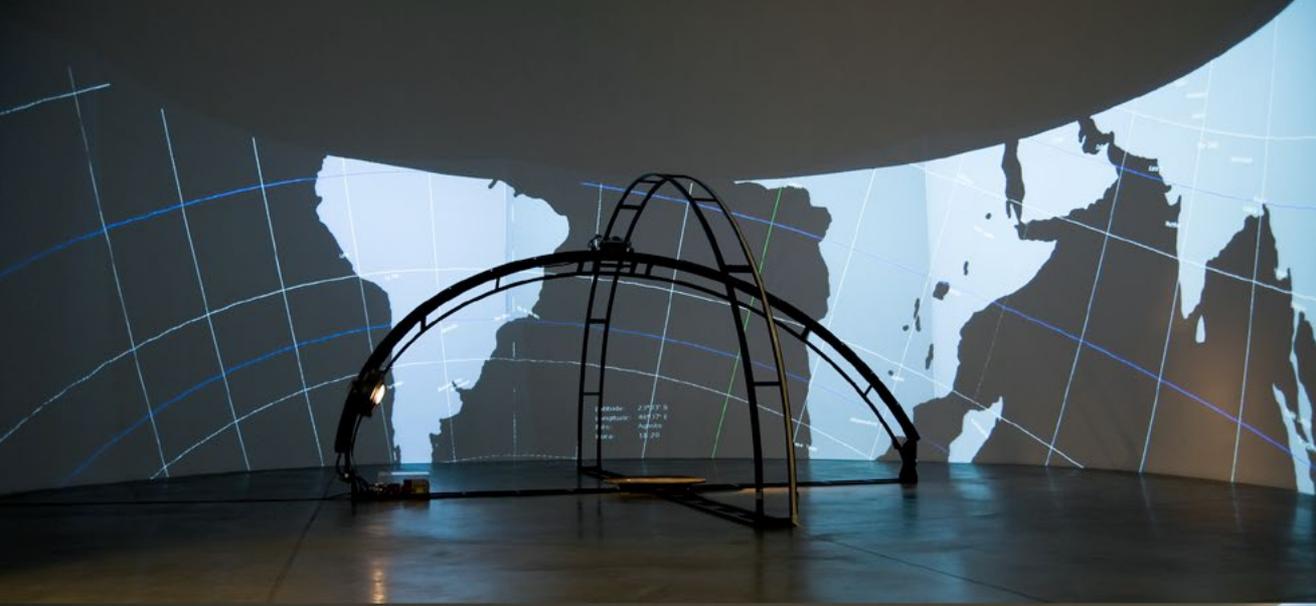




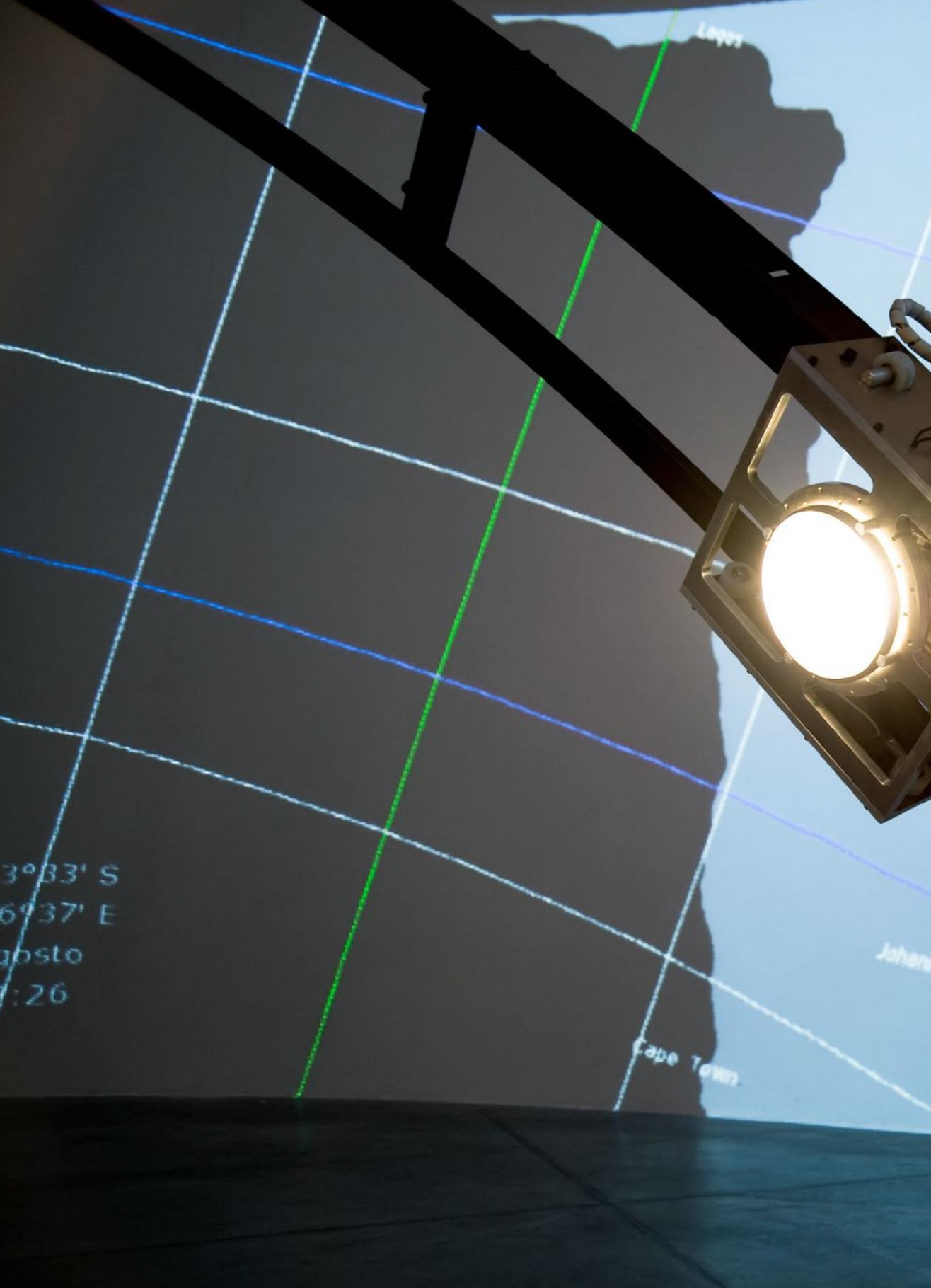












Lagos

3°33' S  
6°37' E  
gosto  
7:26

Cape Town

Johannesburg



Addis Ababa

Harar

Harar

Addis Ababa

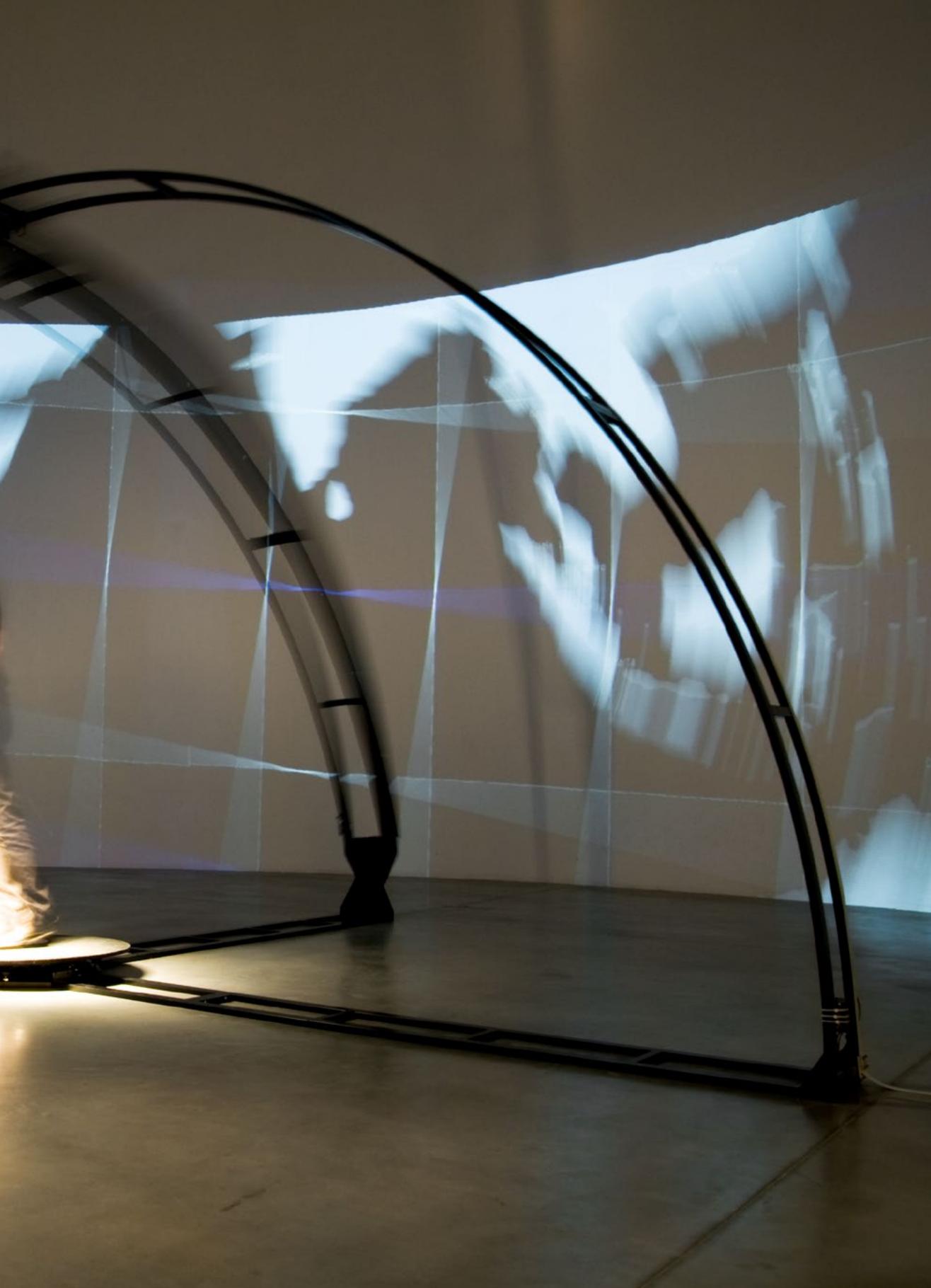


Latitude: 67° 9' S  
Longitude: 10° 4' E  
Mês: Outubro  
Hora: 17:40



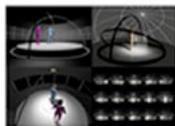


Latitude: 58°55' N  
Longitude: 15°34' E  
Mès: Setembre  
Hora: 7:34









diseño y simulación del movimiento del Sol



estudios de implementación en el MIS (Museo de la Imagen y del Sonido, Sao Paulo, Brasil)



construcción en la oficina



montaje en el espacio expositivo del MIS (Museo de la Imagen y del Sonido, Sao Paulo, Brasil)



simulación del movimiento



detalle del aparato de movimiento



interacción



interacción



interacción (In) Posición Dinámica - Ars Electronica en México)

## SOLAR

2009

Rejane Cantoni y Leonardo Crescenti

[www.cantoni-crescenti.com.br/works\\_installations/7](http://www.cantoni-crescenti.com.br/works_installations/7)

<http://www.youtube.com/watch?v=vcGat3zf5gY>



# Machinima un medio híbrido: películas animadas usando videojuegos

37

Ricardo Cedeño\*

## Resumen:

Este artículo explora un medio digital híbrido que resulta de la mezcla entre el uso de videojuegos y la producción de películas animadas. Machinima surgió en la década de 1990, cuando los fanáticos de los videojuegos descubrieron que, con los editores de los videojuegos, era posible producir secuencias animadas; su práctica consistía en grabar las sesiones de juego para elaborar cortos narrativos. En el texto presento varias descripciones de machinima que permiten apreciarla como un medio híbrido. El carácter cultural de este fenómeno muestra cómo machinima emergió a partir de la acumulación de combinaciones y cambios graduales alrededor de los videojuegos.

## Palabras claves:

Machinima, videojuegos, animación, películas, medio híbrido, títere.

\* Creador audiovisual, docente y teórico. Master of Science in Digital Media, University of Applied Sciences Bremerhaven, Alemania. Especialista en Creación Multimedia, Universidad de Los Andes, Bogotá, Colombia. Diseño Industrial, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia. Ha trabajado como docente y seminarista en la Universidad de los Andes, Universidad ICESI, Universidad de Caldas y University of Applied Sciences Bremerhaven. Ha participado como artista invitado y ponente en medios digitales en diferentes eventos en Colombia y Alemania. Actualmente es profesor Asociado de la Escuela de Diseño Industrial Universidad Nacional de Colombia. Su trabajo reciente se centra en las diferentes manifestaciones de prácticas marginales en la producción de imagen en movimiento con medios y máquinas digitales. Publicaciones anteriores: *DokumentarFilm Sproutbau: ein Sommer im Beton*, Bremen, Alemania 2009 y *Bit-bang Objeto Digital El Medio es el Diseño Audiovisual*, Manizales, Colombia, 2007. Producciones recientes: *Healing*, corto (2009), *ACT! Audiovisual Compendium of Film Terminology*, (2008). *Sproutbau: Tenever*, documental (2008) y *Distant T A B*, video instalación (2008).

**Abstract:**

This article explores a hybrid media that results from the mixture of playing video games and producing movies. Machinima emerges in the late 1990s when devoted video game players discovered the possibility to use the video game software to produce short animated sequences. Their practice utilized recordings of gameplay to make simple narrative movies. In this text, I present a set of descriptions of machinima that permits the appreciation of this phenomenon as a hybrid medium. The cultural character of machinima can be seen in the manner how it appeared as the accumulation of combinations and gradual changes in the video games.

**Keywords:**

Machinima, video games, animation, movies, hybrid media, puppet.

**Resumo:**

Este artigo explora um meio digital híbrido resultante da mistura entre o uso de videogames e a produção de desenhos animados. A machinima surgiu na década de 90 quando os interessados pelos videogames descobriram que, com os editores dos videogames era possível produzir seqüências animadas; sua prática consistia em gravar as sessões de jogo para elaborar curtos narrativos. No texto apresento várias descrições de machinima que permitem apreciá-la como um meio híbrido. O caráter cultural deste fenômeno mostra como machinima emergiu a partir da acumulação de combinações e mudanças graduais ao redor dos videogames.

**Palavras Chave:**

Machinima, videogames, animação, filmes, meio híbrido, fantoche.

## 1. El fenómeno: Machinima

En 2004 un grupo independiente de productores de cortos en Nueva York, el *Ill Clan*, lanzó una serie de tres cortos animados titulados *On the Campaign Trail with Lenny and Larry Lumberjack*. Éstos satirizaban la campaña presidencial de 2004 en los Estados Unidos. Los videos muestran dos leñadores que se inscriben como candidatos a presidente y vicepresidente. Para producir esta serie de cortos, *Ill Clan* usó una versión modificada de *Quake*® que permitió emplear los personajes del videojuego como marionetas y la sesión de juego como tomas de video.



Imagen 1: Movement under thousand eyes (2009).  
Ricardo Cedeño. Hecha con Unreal Tournament 2004

En los últimos años, tanto en los Estados Unidos como en Europa, se han organizado varios festivales de animación denominados *Machinimia*. Organizaciones de prestigio como *Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe (ZKM)* en Alemania<sup>1</sup> y el *Centro Pompidou* en Francia<sup>2</sup> han realizado exhibiciones dedicadas a este tipo de películas. Éstas son señales que indican que un nuevo medio narrativo se está moldeando y que un interesante movimiento en la producción de imagen en movimiento está emergiendo. El objetivo de este texto es examinar el fenómeno y presentar las características que hacen de Machinima, una forma distinta de producción de animación. Machinima es un medio híbrido que resulta de la combinación de los editores de los video juegos, con técnicas de animación de títeres y la lógica de la grabación de películas en vivo. La historia de Machinima demuestra que es un fenómeno de carácter cultural donde los jugadores se transforman en autores y en motor de un medio de expresión propio.

<sup>1</sup> Future Cinema: The cinematic Imaginary After Film. Curadores: Jeffrey Shaw y Peter Weibel. Karlsruhe, Alemania: Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe ZKM, Noviembre 16 2002 - 30 Marzo 30 2003.

<sup>2</sup> Web Flash Festival 5e édition. Conférences - débats - rencontres. Paris, Francia: Centro Pompidou, Mayo 27, 2006.

## *Una colección de descripciones de Machinima*

Machinima es un medio narrativo digital que se originó con los fanáticos de videojuegos en 3D en primera persona (*FPS, first person shooter*) y productores aficionados de video. Éste se define como “la producción en tiempo real de animación en un entorno virtual 3D, a menudo empleando tecnologías de videojuegos”<sup>3</sup>. El número de producciones se ha incrementado año tras año así como el número de seguidores de este fenómeno. Dos son los medios dominantes: el videojuegos y el video digital. Por esta razón, Machinima se presenta como una técnica para producir animación mediante el uso de videojuegos.

La palabra Machinima es una contracción, acuñada en 1999 por Hugh Hancock y Anthony Bailey. Las raíces etimológicas de la palabra se encuentran en *machine* (máquina) y *cinema* (cine) [3, p.12]. La palabra máquina se refiere al motor del videojuego y del cine, así como al carácter de imágenes en movimiento de estas producciones. Sin embargo, Machinima no sólo indica una forma particular de producir animaciones, también identifica estos productos visuales. Como práctica, Machinima fusiona tres actividades: jugar videojuegos, animar marionetas y producir video digital. Como objeto, Machinima es una forma híbrida de imagen en movimiento que combina las convenciones visuales tradicionales del cine con las imágenes de los videojuegos.

El término ha sido muy discutido en ámbitos académicos (*ver tabla 1*). ¿Es Machinima una técnica de animación, un medio, un movimiento artístico, un modo de producción de películas o reúne todas estas nociones? Pero quizá se debería considerar Machinima como un fenómeno cultural, como una expresión engendrada en la cuna de devotos jugadores de videojuegos. Machinima es una actividad productiva que surgió del contacto permanente con el consumo de los jugadores con medios electrónicos de entretenimiento. Es una práctica de apropiación y transformación del propósito de la tecnología de los videos juegos con fines visuales y narrativos. Estos videos retratan un “pastiche” cultural que, juguetonamente imita la producción de películas en los videojuegos [2, p.45].

Acercase a Machinima como un fenómeno de carácter cultural ayuda a comprender las diferencias en su entendimiento y permite percibir la naturaleza rizomática de los medios digitales. Éstos aparecen como superficies metamórficas en las que permanentemente se mezclan puñados disimiles de elementos y en cualquiera de sus pliegues, aparece una nueva protuberancia: un medio híbrido.

---

<sup>3</sup>. “... animated filmmaking within a real-time virtual 3D environment, often using 3D video-game technologies” Marino, Paul, y Frank Dellario, The Machinima FAQ. What is Machinima? 2005. Machinima.org, Sep 9 2008 <<http://www.machinima.org/machinima-faq.html>>.

Katie Salen y Eric Zimmerman [12, p. 550]	"Part theatre, part film, part computer game."
Leo Berkeley [1, p.66]	"[Machinima] is where 3D computer animation gameplay is recorded in real time as video footage and then used to produce traditional video narratives."
Henry Lowood [7, p.165]	"[Machinima] means producing animated movies with the software that is used to develop and play computer games."

Tabla 1: Definiciones de Machinima.

## 2. Un medio híbrido

Recientemente Lev Manovich identificó un imperceptible cambio en la imagen en movimiento mediante la permanente combinación de diferentes medios como fotografía, tipografía, gráficos algorítmicos 3D, animación y tomas en vivo [9, p.36]. Como resultado, aparece un lenguaje visual híbrido que en su opinión, se ha convertido en la regla en la comunicación visual contemporánea. Los híbridos exploran territorios diferentes al *collage* o para buscar una expresión irreal como la observada en la película *Sin City* (2005). El impacto de este lenguaje híbrido, en el caso de la imagen en movimiento, se puede reconocer en cualquier pieza producida utilizando composición digital.<sup>4</sup> Los híbridos son posibles porque el espacio de composición digital permite, la casi infinita adición y mezcla de diferentes medios en el cuadro cinematográfico.

El lenguaje híbrido consta de dos niveles. El primero es el resultado de una composición que abiertamente, combina cualquier número de materiales porque los interpreta como bloques de datos. El otro nivel implica la combinación de lógica, técnicas, métodos de trabajo y formas de expresión de cada medio combinado como por ejemplo, estilos de ilustración gráfica en tomas en vivo. Dicho de otra forma, la capa superior muestra el aspecto visual y la capa inferior deja ver los procedimientos. De esta forma, la lógica asociada a un medio puede ser aplicada, en combinación con otras, a un medio completamente diferente [9, p.39]. El medio híbrido toma ventaja del espectro de combinaciones posibles en el computador; es

<sup>4</sup> En el cine los híbridos han sido identificados antes por Jay Bolter y Richard Grusin. Sus observaciones se centran en el evidente contraste e interacción entre los dibujos animados y la acción en vivo [2, p.149].

una máquina de remixes. Es importante anotar que un medio híbrido no es un software en particular, sino una combinación de técnicas como un conjunto de variables discretas de datos.

### *Videojuegos, películas y títeres*

*On the Campaign Trail* consta de tres cortos y cada uno presenta distintos lenguajes de cámara. En el primer episodio de tres minutos, se expone el punto de vista al espectador a través de una cámara objetiva. En el segundo episodio, el espectador está situado dentro de la videocámara que los protagonistas usan para grabar su mensaje. En el episodio final, el espectador está ubicado frente a un televisor viendo a Lenny y Larry mientras son entrevistados. Los cortos toman prestados los tres lenguajes de cámara y se combinan para construir la narrativa (ver tabla 2).

La estética visual de *On the Campaign Trail* puede parecer tosca si se compara con producciones contemporáneas de video experimental o de cine convencional. Sin embargo, el lenguaje híbrido está presente no sólo en su superficie sino también en la combinación de técnicas de producción empleadas por *Ill Clan*. Los cortos fueron producidos utilizando personajes personalizados en un escenario de *Quake*<sup>®</sup> y combinando diferentes tipos de imágenes que incluyen sesiones de juego, fotografía, ilustración 2D y animación 3D. Aunque es probable que estas películas fueron ensambladas empleando un software de edición de video, cada una de las secuencias fue compuesta y grabada en tiempo real al interior del videojuego. En este trabajo, el motor de *Quake*<sup>®</sup> adquiere simultáneamente las características de un espacio de grabación y de composición donde un grupo de objetos 3D prefabricados y otros medios, son mezclados. Lenny y Larry toman vida a través de técnicas similares a las usadas por los titiriteros donde la cámara subjetiva de *Quake*<sup>®</sup> asume el comportamiento de una cámara objetiva de cine, de una videocámara y de un televisor.

Se advierte que las imágenes en movimiento de *Machinima* no son compuestas por la combinación de múltiples capas, son el resultado de incorporar la lógica de grabación de acción en vivo con la experiencia de jugar videojuegos 3D en primera persona. El motor del videojuego provee una extensa colección de modelos 3D, luces, personajes y leyes físicas; si esto no es suficiente, las comunidades de fanáticos ponen a disposición en línea, cientos de escenarios y modificaciones del videojuego. En el motor del videojuego se apropia de la lógica del títere y de la produc-

ción de películas para ser transformadas en entidades modulares y variables. La combinación de material mediático en Machinima ocurre en espacio de juego 3D, no en la composición digital de video. De esta manera, el videojuego se convierte en un entorno de recursos en tiempo real repleto de ready-mades para la construcción de escenarios virtuales.

Transformar un videojuego para generar secuencias animadas, emplear la cámara en tiempo real de un videojuego como cámara de una película y tratar personajes de videojuego como títeres virtuales, son las características de este medio híbrido. En Machinima, el motor del videojuego es un entorno de producción similar al de un estudio de filmación y hacer películas se reduce a grabar secuencias excluyendo edición y montaje.

Machinima es contradictoria y rompe con un aspecto fundamental del lenguaje híbrido: la fluidez. En los híbridos, la imagen tiende a cambiar sin cortes [9, p.43]. Las transiciones suaves y sin rupturas tienden a escapar del lenguaje formal impuesto por la tradición cinematográfica de dividir el tiempo y el espacio en toma, corte y montaje.<sup>5</sup> La fluidez es una consecuencia de la variabilidad y carácter modular de cada entidad del medio híbrido, que espera impaciente a ser puesta en acción. Hasta donde este estudio ha llegado, en todas las piezas de Machinima sin excepción, se utilizan tomas, cortes y montaje como la base de la construcción del tiempo y del espacio en sus narrativas. Contrariamente, este comportamiento es difícil de observar en los videojuegos, donde tiempo y espacio son experimentados a través de un punto de vista continuo y fluido.



Episodio 1

Episodio 2

Episodio 3

Tabla 2: Imágenes de *On the Campaign Trail with Lenny and Larry Lumberjack*. Cortesía de Ill Clan.

<sup>5</sup> Es importante recordar que para Manovich el cine digital se define como  $f(x, y, t)$  [8, p. 302], en donde todos los elementos que hacen parte de una composición responden a esta función, incluyendo tomas de acción en vivo que finalmente se convierten en entidades para ser animadas en la composición digital. Así, cine digital es básicamente una animación aumentada algorítmicamente. Para Manovich, la regla en imagen en movimiento actual es la imagen que cambia continuamente sin cortes. En mi opinión, hasta ahora esto sólo ocurre en piezas aisladas y en el fenómeno VJ pero no es parte de la industria masiva de cine.

### 3. Una historia de adiciones

Las condiciones que hicieron posible Machinima, muestran el impacto que el acceso a tecnología asociada con videojuegos ha tenido en la aparición inesperada de contenidos mediales por parte de los jugadores. [7, p.165]. Un conjunto de innovaciones tales como la personalización de elementos del videojuego, modos de juegos multi-jugador y grabaciones de sesiones de juego, llevaron sutilmente a que Machinima emergiera como una forma de colaboración y exhibicionismo entre jugadores serios de FPS y los transformaron de consumidores de un medio a productores de material audiovisual.

En sus comienzos, Machinima era exclusivamente la grabación de las acciones de juego [7,p.168]. Su consolidación como un medio narrativo se debió a un cambio en el método de grabación que transformó la manera cómo los jugadores hacían estas películas y les permitió realizar narrativas más complejas. Esta es una historia de combinaciones y adiciones que abrió un campo nuevo de expresión y actualmente lucha por consolidar una identidad. Esto ha llevado a muchas personas a fundar estudios y organizaciones con el propósito de posicionarse como una alternativa importante para la industria del cine. Muy pocos han tenido éxito y hoy Machinima permanece como una práctica marginal en busca de reconocimiento.

*Modding + demo movies = Quake movies.*

A comienzos de la década de 1990, la máquina primaria para jugar videojuegos era el computador personal (PC) y los FPS se habían convertido en el género más popular durante este período. Una de las compañías líderes durante este periodo fue *id Software, Inc.*,<sup>6</sup> cuyos juegos: *Wolfenstein 3D* (1992), *Doom*<sup>™</sup> (1993) y *Quake*<sup>®</sup> (1996) marcaron importantes hitos en la historia de los videojuegos. Con *Doom*<sup>™</sup>, los jugadores fueron animados a crear, distribuir y jugar niveles hechos por ellos mismos. Con la práctica de modificación de videojuegos conocida como *modding*, el jugador se convirtió en un agente activo en el proceso autorial del juego, en un momento clave de la cultura de los videos juegos [1,p.67].

*Modding* no fue una práctica extraña en los videojuegos pero *Doom*<sup>™</sup> la popularizó. Manovich describe *modding* como una nueva economía cultural que cambia la relación usual entre autor y consumidor. El autor crea una estructura básica con

---

<sup>6</sup> *id Software* fue fundada en 1991 en Dallas, EEUU, por John Carmack, Adrian Carmack, Tom Hall, y John Romero.

un grupo de herramientas y lanza algunos ejemplos que permiten a los consumidores transformar el contenido original y adicionar nuevos contenidos [8, p.245]. Videjuegos como *Doom*<sup>™</sup> fueron desarrollados como un conjunto de componentes separados incluyendo el motor del juego, texturas, mapas, modelos, gráficos y sonidos. Todos estos elementos son módulos listos para ser ensamblados, en diferentes combinaciones, durante el juego. Estas características permitieron a los jugadores modificar partes del videojuego en lugar de todo el software del juego. [7, p.170]. Prácticas como *modding* y *skinning* se volvieron comunes en las comunidades de jugadores.<sup>7</sup> Los productos de *Id* no sólo son juegos sino un conjunto de herramientas para la creación de mundos para juegos 3D.

Otra característica del desarrollo futuro de Machinima es la grabación de demos (*demo recording*). En los juegos de *Id*, los jugadores pueden grabar sus sesiones de juego en archivos que posteriormente pueden reproducir como secuencias de animación dentro del videojuego, es decir, una especie de documentación del juego llamada, en inglés, *demo movie*. Este formato graba una secuencia de instrucciones en lugar de cuadros de video. Los archivos son livianos y de fácil distribución.<sup>8</sup> Reproducir el demo es ordenarle al juego que ejecute una serie de instrucciones como si el jugador estuviera jugando [4, p.30]. Con estas grabaciones emergió el deseo de documentar y exhibir habilidades en el momento de jugar. La desventaja del formato es que el videojuego es necesario para reproducirlo.

*Quake*<sup>®</sup> es fundamentalmente un juego multi-jugador. Después del lanzamiento, las sesiones de juego en línea se popularizaron. Los jugadores pronto organizaron comunidades en línea y equipos no sólo para jugar y crear estrategias de juego sino también para compartir, discutir la información y exhibir progreso. Los llamados *clanes Quake* emplean los *demo movies* como un medio para demostrar sus habilidades o como material de estudio para mejorar en el juego [7,p.171].

En este contexto, *The Ranger Clan*, un reconocido grupo de jugadores, llamó la atención de la comunidad de *Quake*<sup>®</sup> cuando en octubre de 1996 presentaron el primer corto narrativo grabado y reproducido dentro de *Quake*<sup>®</sup>: *Diary of a Camper* (Diario de un campista). Este corto, aproximadamente de 100 segundos de duración, es considerado como la primera Machinima verdadera [10, p.6].<sup>9</sup> Este exhibe dos características importantes. Primero, a pesar de tener una trama simple, está centrada en una práctica conocida como 'acampar'.<sup>10</sup> Segundo, *Diary of a Camper* cambia la tradicional cámara subjetiva de los FPS por una cámara objetiva que sigue el 'sangriento' combate de cinco jugadores contra un campista. A nivel formal,

<sup>7</sup> *Skinning* se refiere a generar imágenes para 'vestir' personajes 3D en los juegos. Estas imágenes son mapas de bits 2D que el motor del juego aplica sobre la superficie de un modelo 3D como texturas.

<sup>8</sup> Técnicamente un demo es un archivo de texto simple que ordena al juego los eventos que debe reproducir de forma automática. Los eventos pueden ser: cargar un nivel, mover personajes, cambiar armas, correr, disparar, saltar o girar.

el corto está compuesto por una sola toma sin cortes. Estos aspectos distinguen la animación producida por *The Ranger Clan* de los otros *demo movies*. Ellos fueron los primeros en emplear *Quake*® como una plataforma para hacer cortos animados narrativos que por unos años fueron conocidos como los *Quake movies*.

Pronto comenzaron a circular películas hechas por otros clanes. Trabajos como *Blahbalicious* (1997) y *Operation Bayshield* (1997) ganaron notoriedad dentro de las comunidades de jugadores. Cada película introdujo nuevos elementos como diálogos, música y *skinning*. Algunos comenzaron a exhibir convenciones visuales del cine y la televisión. Elementos de los medios masivos también fueron incorporados a la estética y las narrativas de estas producciones. Sutilmente, la apropiación de los editores y los personajes de los videojuegos para grabar cortos animados hizo que algunos jugadores notaran que su juego favorito tenía el potencial para ser empleado como una herramienta de parodia, irreverencia y caricatura.

Según Lowood, los *Quake movies* reemplazaron una estructura de juego con otra de una forma subversiva [6, p.13]. En los inicios de Machinima, los *Quake movies* fueron más conversiones que subversiones. Una colección de cambios graduales y suaves dieron paso a una forma alternativa y paralela de juego sin que éstos reemplazaran completamente la forma de juego ya existente. En sus inicios Machinima fue una práctica subversiva debido a sus narrativas y estética visual, no al uso de los editores de los videojuegos.

### *Machine + cinema = Machinima.*

En 1999 otros juegos FPS como *Unreal*® y *Half-Life*® ya incluían funciones de *modding* y juego en línea por lo tanto el nombre *Quake movies* pronto fue obsoleto. El término Machinima se acuñó para tomar distancia del motor de *Quake*® como única plataforma de producción y al ser más genérico, rápidamente fue aceptado para describir las películas animadas hechas con diferentes videojuegos [7,p.183][11].

En enero de 2000 se abrió [www.machinima.com](http://www.machinima.com) como plataforma de exhibición y contacto para los productores de Machinima que además, ofrecía información y soporte técnico generado por la misma comunidad [10, p.12]. Sorpresivamente, la primera película lanzada no fue en formato *demo movie* sino en un archivo de video digital. Este hecho marcó un cambio importante que alejó Machinima de los

<sup>9</sup> También en 1996 el artista Miltos Manetas exhibió *Miracle* en Nueva York. Es un video grabado directamente de la pantalla de un computador jugando *F-18 Hornet*. Sin embargo, por su contenido abstracto y por haber aparecido en una galería de arte fuera de las comunidades de videojuegos, esta pieza no ha sido considerada como una de las primeras Machinimas.

<sup>10</sup> *Campista* se refiere a un jugador de juegos FPS que espera en un sitio estratégico en lugar de buscar activamente batalla en una sesión en red de multi-jugadores.

videojuegos y la acercó a la producción de películas animadas. *Quad God* (Tritin-Films, 1999) hecha en *Quake III Arena*™ fue grabada con una videocámara, luego capturada en un computador y editada utilizando un programa de edición de video [4, p.30]. En *Quake III Arena*™, la función de grabación de demos fue removida y los productores de Machinima fueron obligados a buscar una forma alternativa de grabación. La solución fue simple: capturar la imagen directamente de la pantalla del computador [11].

Salir del concepto de producción basado en el registro de eventos (*demo movie*) y pasar a la captura de imágenes de los eventos (captura de video) ayudó a Machinima a adquirir su forma actual. El cambio en el formato de salida hizo fácil ver las películas porque el videojuego ya no fue necesario para su reproducción y llevó Machinima a una audiencia más allá de los jugadores de videojuegos. El videojuego permaneció como la fuente de las imágenes en movimiento pero como éstas son grabadas fuera del juego, técnicas tales como el montaje, post-producción de sonido y procesamiento de imagen de video comenzaron a ser comunes en estas producciones.

En la actualidad, casi todas las Machinimas son lanzadas en los formatos comunes de videodigital y el formato demo se ha vuelto inusual. Casi todos los sitios web para compartir video como *YouTube*™ y *Vimeo* tienen canales dedicados a Machinima. [www.machinima.com](http://www.machinima.com) sigue siendo considerado como el principal punto de encuentro de esta comunidad, a pesar que videojuegos como *World of Warcraft*®, *The Sims*™ y *Halo*® poseen sitios propios con noticias, foros e información para las personas interesadas en Machinima. Los videojuegos más usados en la producción de Machinima hoy son: *Grand Theft Auto*, *Half-Life*®, *World of Warcraft*® y *The Sims*™. Estudios recientes de Machinima como *Ill Clan* y *Lainy Voom Machine* han girado hacia *Second Life*® y en el mercado han aparecido programas exclusivos para Machinima: *Moviestorm*™, *The Movies*™ y *iClone*.

### *Organizaciones + estudios = identidad.*

El establecimiento de una organización fue otro paso importante en la consolidación de Machinima como fenómeno cultural. En marzo de 2002, un grupo de productores fundó la *Academia de Artes y Ciencias de Machinima (AMAS)*<sup>11</sup>. Esta organización, sin ánimo de lucro, trabaja de cerca con la industria de los videojuegos con el obje-

tivo de promover Machinima en las industrias del cine, la televisión y la animación. Desde 2002 AMAS organiza el *Machinima Film Festival* en Nueva York, así como seminarios, conferencias y shows sobre el tema.

Los fundadores de AMAS son activos productores de Machinima con intereses comerciales. Katherine Anna Kang creó en Texas *Fountainhead Entertainment* en 2000. Su relación cercana con *id software* le permitió desarrollar *Machinimation™*, primera herramienta comercial para Machinima basada en *Quake III Arena™* con la que produjo *Anna* (2003) [4, p.92]. Hugh Hancock, líder del estudio *Strange Company* en Edinburgo, produce comerciales con Machinima para la cadena BBC, BAFTA<sup>12</sup> y *Electronic Arts* [3]. Publicó además *Machinima for Dummies* donde ofrece guías para el público interesado en la producción de Machinima.

Paul Marino, figura clave en Machinima, es la cabeza de AMAS y fundador del *Ill Clan*. En 1997 estudio comenzó produciendo *Quake movies*, utilizando *Quake®* durante varios años. Actualmente operan la división de Machinima *The Electric Sheep Company* que desarrolla estrategias de marketing para mundos virtuales como *Second Life®*. En 2004, Marino publicó *3D Game-Based Filmmaking: The Art of Machinima*, el primer libro dedicado a Machinima.

El estudio de Machinima más famoso es *Rooster Teeth Productions* con base en Texas. Son los productores de la serie *Red vs. Blue: The Blood Gulch Chronicles* que duró cuatro años y ha sido la Machinima más popular hasta la fecha. El primer episodio y su sitio web fueron lanzados en abril de 2003 y pronto ganó una gran popularidad y una gran audiencia. *Red vs. Blue* tuvo 100 episodios en cinco temporadas, el último fue lanzado en junio de 2007.<sup>13</sup>

*The only reason why we've set a red base here is because they have a blue base over there and the only reason why they have a blue base over there is because we have a red base here.* Episodio cero: *Why are we here?* *Red vs. Blue*. *Rooster Teeth Productions*. Abril de 2003.

*Red vs. Blue* es una parodia de ciencia ficción de los juegos militares FPS. La serie se escenifica en el mundo del juego *Halo®*. El primer episodio, *Why Are We Here?*, introduce las crónicas de dos equipos enemigos apostados en la mitad de la nada, sin ninguna idea alguna de por qué están allí o por qué luchan los unos contra los otros. La comedia y la parodia con tramas que hacen referencia al videojuego, son los géneros más comunes de Machinima.

<sup>11</sup> *Academy of Machinima Arts & Science* fue fundada por Anthony Bailey, Hugh Hancock, Katherine Anna Kang, Paul Marino y Matthew Ross.

<sup>12</sup> *British Academy of Film and Television Arts*.

<sup>13</sup> El *Wall Street Journal* estimó que para el primer cuarto de 2004 *Red vs. Blue* tenía una audiencia cercana a 1'000.000. Delaney, Kevin. *When Art Imitates Videogames, You Have "Red vs. Blue"*. Abril 9 2004.WSJ.com. Dic 16 de 2008 <[http://nikon.bungie.org/presscans/wsj.040904/red\\_vs\\_blue\\_wsj.pdf](http://nikon.bungie.org/presscans/wsj.040904/red_vs_blue_wsj.pdf)>

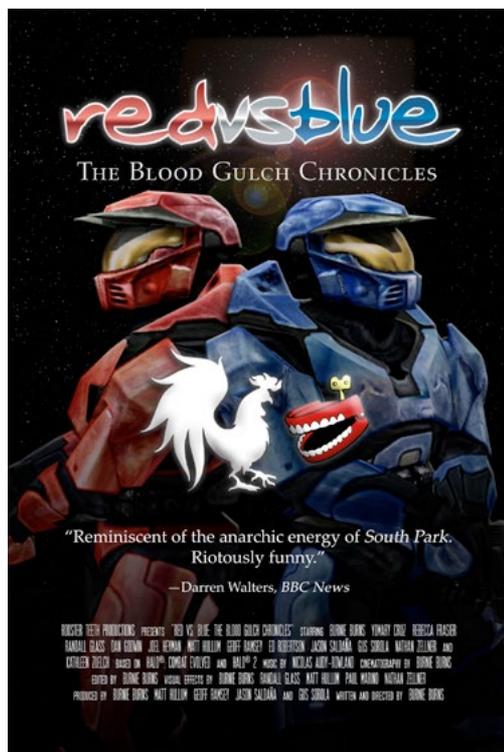


Imagen 3: Red vs. Blue (2003). Poster promocional. Cortesía de Rooster Teeth Productions.

La serie se distribuye en internet y en DVD. A través de su sitio web, *Rooster Teeth Productions* vende artículos como gorras, camisetas, afiches y libros sobre *Red vs. Blue*. Como resultado del éxito comercial, firmaron un acuerdo con *Microsoft*<sup>®</sup>, obtuvieron una licencia del motor de *Halo*<sup>®</sup> de *Bungie*<sup>®</sup> Studios y producen Machinima para publicitar *Halo*<sup>®</sup> 3. El éxito de *Red vs. Blue* fue percibido por muchos como un ejemplo la rentabilidad de Machinima.

Sin embargo el caso de *Red vs. Blue* es raro y es quizás el único que ha conseguido tal popularidad. La mayoría de Machinimas pasan desapercibidas y no todos los estudios reciben permisos para usarlos personajes del juego con fines comerciales.<sup>14</sup>

Una razón de la escasez de más ejemplos exitosos de Machinima son los derechos de autor que impiden a muchas de estas producciones usar libremente los personajes y los escenarios de los videojuegos. Otra razón es la falta de unidades de producción especializadas en Machinima. En general, estas producciones, incluyendo las más grandes, son creadas por un puñado de personas que gravitan alrededor del director. En 1900, los primeros años del cine en los Estados Unidos, los modelos de producción se centraban alrededor de la figura del camarógrafo y del director. En la década de 1940 emergieron modelos más especializados como el sistema de productor central y la unidad de estudio hicieron su aparición [5, p.26]. Estos cambios obedecieron a la lógica industrial y económica que estableció la industria de Hollywood [13, p.62]. Hasta el momento, Machinima no evidencia una división especializada del trabajo y su modelo de producción se centra en la figura del director. Los créditos de las piezas premiadas en el *Machinima Film Festival* de 2008 demuestran que una misma persona puede tener varios roles: escritor, voz,

<sup>14</sup> Cuando Rooster Teeth comenzó a producir *Red vs. Blue*, no tenían idea sobre machinima, de AMAS o que hubiera más personas produciendo animación con los videojuegos. Kosak, Dave. *GameSpy Examines the Teeth of the Rooster*. Nov. 16 2004. *Gamespy PC*. Dic. 16 2008 <<http://uk.pc.gamespy.com/pc/the-sims-2/566692p3.html>>

titiritero, director y editor. Sin embargo, la ausencia de un sistema industrializado y de grandes presupuestos permite a los productores de Machinima explorar alternativas y tomar riesgos. Entre más dinero hay en juego, menor es el riesgo que se toma pero esto también significa que Machinima permanece como una forma más bien peculiar de producción de animación.

Este recorrido por la historia de Machinima muestra que sus raíces y posterior desarrollo, está intrínsecamente enlazada con la cultura surgida alrededor de los videojuegos. La apropiación de los videojuegos a través de prácticas como la modificación y las grabaciones animó los editores de los videojuegos a ir más allá de sus propósitos iniciales. Una vez Machinima se estableció como una actividad productiva, inició una lucha por ser reconocida como una nueva forma de producción de películas animadas.

Machinima no será como muchos entusiastas proclaman, “el medio de producción de cine del futuro” [4, p.8], sino un campo alternativo para la experimentación visual y narrativa con posibilidades estéticas aún no exploradas. Esta superficie híbrida es dominada por dos corrientes: la cultura de los videojuegos y la producción de imagen en movimiento. Las dos aproximaciones representan, nominalmente, intereses diferentes: la visión de enjambres de aficionados que ven en Machinima una mera extensión de su experiencia de juego y la visión de productores de animación que desean hacer de Machinima una actividad rentable. Esta contradicción permite un campo fértil para la creación. Machinima, nacida como una práctica marginal en los videojuegos, ahora lucha por tener una vida propia e independiente.

## Referencias

- [1] Berkeley, Leo. "Situating Machinima in the New Mediascape", *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*. 4:2 (2006): 65-80.
- [2] Bolter, Jay David, y Richard Grusin. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA; The MIT Press, 2000.
- [3] Hancock, Hugh, y Johnnie Ingram. *Machinima for Dummies*. Indianapolis, IN; Wiley, 2007.
- [4] Kelland, Matt, Dave Morris and Dave Lloyd. *Machinima: Making Animated Movies in 3D Virtual Environments*. East Sussex, UK; Ilex Press Limited, 2005.
- [5] Kochberg, Searle. "The Industrial Contexts of Film Production". *Introduction to Film Studies*. Ed. Jill Nelmes, London,UK; Routledge, 2007. 24-58.
- [6] Lowood, Henry. "Real-Time Performance: Machinima and Game Studies" *The International Digital Media & Arts Association Journal*. 2.1 (2005): 10-17.
- [7] Lowood, Henry. "Found Technology: Players as Innovators in the Making of Machinima". *Digital Youth, Innovation, and the Unexpected*. Ed. Tara McPherson, Cambridge, MA; The MIT Press, 2008. 165-196.
- [8] Manovich, Lev. *The Language of New Media*. Cambridge, MA; The MIT Press, 2001.
- [9] Manovich, Lev. "Understanding Hybrid Media". *Animated Paintings*. Ed. Betti-Sue Hertz, San Diego, CA; San Diego Museum of Art, 2007. 36-45.
- [10] Marino, Paul. *3D Game-Based Filmmaking: The Art of Machinima*. Scottsdale, AZ, Paraglyph, 2004.
- [11] Nitsche, Michael. "Claiming Its Space: Machinima". *Dichtung Digital: New Perspectives on Digital Literature: Criticism and Analysis*. 37(2007). 30 Aug. 2008. <[www.dichtung-digital.org/2007/nitsche.htm](http://www.dichtung-digital.org/2007/nitsche.htm)>.
- [12] Salen, Katie, and Eric Zimmerman. *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge, MA; The MIT Press, 2004.
- [13] Speidel, Suzanne. "Film Form and Narrative". *Introduction to Film Studies*. Ed. Jill Nelmes, London, UK; Routledge, 2007. 60-89.

clave #3  
019-97



# Severed Ways

## El fin de la historia y el 'historizar'

### Una temprana mitología nórdica a través del realismo de alta definición

Traducido por Inés Elvira Rocha

53

Gregg Perkins\*

#### Resumen:

El ensayo muestra cómo el cineasta Tony Stone emplea un estilo cinematográfico híbrido en la película *Severed Ways: The Norse Discovery of America*, realizada en 2007. Stone adapta la historia islandesa de los documentos de las sagas Vinland donde combina una rica banda sonora de ambiente contemporáneo y música heavy metal para aumentar el recrear esta vieja historia. *Severed Ways* está filmada en video de alta definición creando un vívido relato de las luchas de los vikingos en esta tierra nueva. A través de un análisis detallado de las técnicas cinematográficas de Stone, el ensayo examina cómo *Severed Ways* expone un punto de vista único y verdaderamente histórico-contemporáneo ofreciendo a la película un nuevo realismo poético. *Severed Ways* comienza mostrando escenas de la escuela sangrienta de una batalla vikinga nativos con norteamericanos en el territorio que en 1007 se convirtió en Terranova. A medida que la narración se desarrolla, el espectador sigue a dos soldados vikingos ilesos quienes habían sido dado por muertos en el campo de batalla mientras el ejército continuaba su camino. Ambos construyen un refugio y se valen por sí mismos en los bosques habitados por nativos norteamericanos y en asentamientos de frailes europeos. Temáticamente, la película contrasta con las ideologías divergentes de los vikingos, los nativos y los frailes y muestra cómo dichas ideologías se manifiestan en la ACE en el segundo milenio. El artículo concluye argumentando que el estilo híbrido de Stone es una forma poética y oportuna del recuento de un momento histórico a través de la producción del cine de ficción-.

#### Palabras Clave:

**Severed Ways, vikingos, Arthur Danto, arte, narración, apropiación, cine, poética, ficción.**

\* Gregg Perkins es artista y escritor. Su obra ha sido expuesta a nivel nacional e internacional. Sus escritos han aparecido en Coterie, New Art Examiner, ArtUS, Time Out Chicago y Artforum.com. Gregg Perkins ha sido profesor de arte y tecnología moderna y de historia del arte contemporáneo. Trabaja con instalación, video y producción en la universidad de Wisconsin, Madison. También ha sido profesor invitado en The School of the Art Institute of Chicago en la escuela de posgrado en pintura y dibujo. Actualmente investiga la producción de relatos de ficción dentro del cine contemporáneo y artes visuales.

**Abstract:**

Within this paper I investigate how filmmaker Tony Stone employs a hybrid cinematic style with his 2007 film *Severed Ways: The Norse Discovery of America*. While adapting stories from the Icelandic documents *The Vinland Sagas*, Stone also combines a rich soundtrack of contemporary ambient and heavy metal music to augment the retelling of this long past history. In addition, *Severed Ways* is shot on High-Definition video, which creates a vivid portrait of the struggles of the Vikings within this new land. Through close analysis of Stone's utilization of these cinematic conventions, this paper examines how *Severed Ways* produces a unique—and truly contemporary—historical point of view, and I argue, a new poetic realism within film form. *Severed Ways* opens with scenes of the bloody aftermath of a Viking battle with Native Americans in what would become Newfoundland in the year 1007. As the narrative unfolds, we follow two unharmed Viking soldiers who have been unwittingly left for dead on the battlefield—their army having sailed away—regrouping, building shelter and fending for themselves in forests inhabited by both Native Americans and settlements of European religious friars. Thematically, the film contrasts the Vikings, the Native Americans, and the European friars' divergent ideologies and meditates on how these ideologies would play out in the in the second millennium ACE. The paper concludes by arguing that Stone's hybrid style is both a poetic and timely way to recount a historical moment through contemporary fictional film production.

**Keywords:**

*Severed Ways*, vikings, Arthur Danto, art, narration, appropriation, film, poetics, fiction.

**Resumo:**

O ensaio mostra como o cineasta Tony Stone emprega um estilo cinematográfico híbrido no filme *Severed Ways. The Norse Discovery of America*, realizada em 2007. Stone adapta a história islandesa dos documentos das sagas *Vinland* onde combina uma rica trilha sonora de ambiente contemporâneo e música heavy metal para aumentar e recriar esta velha história. *Severed Ways* está filmada em vídeo de alta definição criando um vivo relato das lutas dos vikings nesta nova terra. Através de uma análise detalhada das técnicas cinematográficas de Stone, o ensaio examina como *Severed Ways* expõe um ponto de vista único e verdadeiramente histórico-contemporâneo oferecendo ao filme um novo realismo poético. *Severed Ways* começa mostrando cenas sangrentas de uma batalha viking de nativos com norte-americanos nos territórios que em 1007 se tornou Terranova. À medida que a narração se desenvolve, o espectador acompanha dois soldados vikings ilesos que tinham sido dados como mortos no campo de batalha enquanto o exército continuava seu caminho. Ambos constroem um refúgio e se adaptam aos bosques habitados por nativos norte-americanos e em assentamentos de frades europeus. Tematicamente, o filme contrasta com as ideologias divergentes dos vikings, os nativos e os frades e mostra como estas ideologias se manifestam na ACE no segundo milênio. O artigo conclui argumentando que o estilo híbrido de Stone é uma forma poética e oportuna de recontar um momento histórico através da produção do cinema de ficção.

**Palavras Chave:**

*Severed Ways*, vikings, Arthur Danto, arte, narração, apropriação, cinema, poética, ficção.

“América es por tanto la tierra del futuro,  
donde, en los tiempos que están ante  
nosotros, el peso de la historia del  
mundo se revelará”.<sup>1</sup>

–George Wilhelm Friedrich Hegel

Hace 25 años el filósofo Arthur Danto declaró el final del arte –en un ensayo así titulado– en el que sugería que, América iniciaba un período de pluralismo post-histórico. La producción cultural de la era post-histórica que Danto describe, es similar al arte, la música y el cine que nació a mediados de los años 80, así como la concepción de un arte hecho a partir de segmentos y materiales recombinados, muy pertinente dentro del panorama cultural de 2010. El presente ensayo examina las ideas de Danto sobre el fin del arte, las prácticas culturales que surgieron tras su ensayo escrito en 1986. Finalmente, analiza la película *Severed Ways: The Norse Discovery of América*, que puede ser vista como una ilustración contemporánea de la noción del fin del arte de Danto. Al analizar *Severed Ways*, haré un desglose del modelo de poética utilizado en la película, para analizar cómo la película habla de una poética más profunda al re-contar la historia con apropiaciones basadas en el arte y el cine.

*El final del Arte* apareció por primera vez en 1986 en *Soho News* y en palabras de Danto, es “una reacción al deprimente estado del mundo del arte para el cual busqué – y sigo buscando– una explicación”<sup>2</sup>. Danto responde a su miedo porque el arte en la década de 1980, ha perdido su vitalidad y “se ha llegado a un punto en el cual puede haber cambio sin evolución y las energías de la producción artística tan solo logran combinar una y otra vez formas conocidas...”<sup>3</sup> Su noción del final del arte ocurre cuando todas las formas y tipos de producción artística han sido descubiertos y la cultura, a partir de entonces, solamente puede combinar una y otra vez las formas, géneros, movimientos, estilos y prácticas artísticas ya existentes.

El análisis negativo que Danto hace del mundo del arte apareció durante uno de los grandes *booms* de la producción artística americana. La década de 1980 vio el surgimiento del Neo-Expresionismo y el arte Neo-Geométrico y –más relevante

<sup>1</sup> Georg Hegel, *The Philosophy of History*. (New York: Cosimo, 2007). Originally Published in 1899.

<sup>2</sup> Arthur C. Danto, *The Philosophical Disenfranchisement of Art*. (Nueva York: University of Columbia Press, 1986), 81.

<sup>3</sup> Ibid., 85.



Imagen 1 : Orn at falls. *Severed Ways: The Norse Discovery of America*. (2007)

las ideas del fin de la historia de George Wilhelm Friedrich Hegel. Para Hegel, la historia termina —y comienza la post-historia— cuando un Estado ha logrado su mayor grado de libertad y cuando una sociedad alcanza la auto-conciencia (o el auto-conocimiento)<sup>4</sup>. Así mismo, los argumentos de Danto sugieren que la historia del arte termina cuando el arte se convierte en filosofía —específicamente, el momento en que la sociedad occidental comprendió que arte puede ser cualquier cosa y a partir de entonces, es sólo un asunto de nombrar y definir una clase de objetos que son arte. Hegel dice que, una vez una sociedad ha alcanzado el mayor grado de libertad, su lucha con la historia termina. El logro del mayor grado de libertad llega

para el argumento de Danto— el trabajo de *The Pictures Generation* que incluía a artistas como Sherry Levine, Richard Prince, Cindy Sherman, Dara Birnbaum, Barbara Kruger, Louise Lawler, entre otros. Este nuevo trabajo ilustra muy bien la afirmación de Danto donde el arte ha alcanzado un estado de verosimilitud pura con el mundo que representa, y la recombinación de formas ya conocidas. Por ejemplo, las fotografías de Sherrie Levine de Edward Westin y las re-fotografiadas publicidades de Marlboro de Richard Prince, encajan perfectamente en el análisis de Danto. Más allá del mundo del arte, en 1986 se lanzó el Akai S900 —el primer equipo de muestreo musical producido en masa y asequible— que permitió a los músicos sondear la historia completa de la música grabada en busca de nuevos materiales.

El argumento específico de Danto sobre el fin del arte se apoya en

<sup>4</sup> Georg Hegel, *The Philosophy of History*. (Nueva York: Cosimo, 2007). Publicado originalmente en 1899.

junto con el hecho de que la cultura también se habrá vuelto totalmente auto-consciente. Danto también discute la historia del arte occidental del siglo XX, donde artistas como Duchamp y Warhol transformaron el arte en una filosofía al definirlo como cualquier cosa (como la rueda de una bicicleta montada en un taburete, en el caso de Duchamp) o definirlo como cualquier tema (como las latas de sopa Campbell impresas repetidamente sobre un lienzo, en el caso de Warhol).

En cierto sentido, la teleología del progreso llega a su conclusión donde la historia y el arte terminan. Este momento no se parece al apocalipsis pero la noción de historia está inextricablemente ligada al progreso de una sociedad hacia metas específicas y en el caso del arte, hacia una definición de lo que es el arte y una vez alcanzada la meta, el arte tiene que hacer algo más aparte de buscar su definición. En este punto, Danto concluye que el arte (en sus más elevadas posibilidades) está muerto como movimiento histórico pero se seguirá haciendo arte en la era post-histórica, aunque sea producido en “las postrimerías de una vitalidad perdida”. Continúa diciendo que el arte se usará principalmente, como entretenimiento pero no como algo fundamental de la cultura. En su era post-histórica, “puedes ser un artista abstracto por la mañana, un realista por la tarde, un minimalista por la noche. O puedes recortar muñecas de papel o hacer lo que te dé la gana. Ha llegado la era del pluralismo: eso significa que ya no importa lo que hagas. Cuando una dirección es tan buena como cualquier otra, el concepto de «dirección» deja de tener sentido.<sup>5</sup> Esta cita hace eco a la famosa cita de Karl Marx y Friedrich Engels en la ideología alemana cuando describen la sociedad utópica que surgirá cuando se supere la lucha de clases.

*...En la sociedad comunista, en la que nadie tiene una esfera exclusiva de actividad, sino que cada uno puede realizarse en el campo que desee, la sociedad regula la producción general, haciendo a cada uno posible el hacer hoy una cosa y mañana otra distinta: cazar por la mañana, pescar después de comer, criar ganado al atardecer y criticar a la hora de la cena; todo según sus propios deseos y sin necesidad de convertirse nunca ni en cazador, ni en pescador, ni en pastor, ni en crítico.<sup>6</sup>*

Una de las curiosas ironías del argumento de Danto –pasando por Marx y Engels– es tal vez, su involuntaria sugerencia: la producción cultural durante el capitalismo reciente ha alcanzado un estado utópico en su perfecta habilidad para mezclar y combinar los géneros, estilos y gestos anteriores en ‘nuevas’ entidades culturales que incluyen obras de arte, programas de televisión, películas y cualquier otro

<sup>5</sup> Danto, 114-115.

<sup>6</sup> Engels, Frederick y Marx, Karl, *The German Ideology*. (Londres: Lawrence & Wishart, Londres, Progress Publishers, Moscú, 1965), p. 53. (ver cita completa al final del texto)

producto cultural. La ironía reside en el hecho de que la mayoría de la teoría cultural, desde la década de 1980, ha sido hipercrítica de los efectos de los medios y la tecnología en la sociedad y la subjetividad (como los escritores Neil Postman y Paul Virilio).

Más allá de esta ironía, el argumento de Danto sugiere que al interior de la cultura americana "... se ha alcanzado un punto en que puede darse el cambio sin evolución, en el que los motores de la producción artística sólo consiguen combinar una y otra vez formas conocidas..."<sup>7</sup> El entorno cultural que describe parece ser un sinónimo de nuestro panorama cultural de 2010, en el cual los estrenos cinematográficos y musicales parecen ser simplemente lo *siguiente* en lugar de algo *nuevo*. Las bandas que aparecen, como *Bloc Party*, reflejan tantas influencias que sería imposible separar lo original de lo adoptado y más específicamente, la obra de *Girl Talk* —un popurrí compuesto totalmente de fragmentos reconocibles— logra surgir como un himno individual de la historia de la música rock and roll. En el cine, la abundancia de películas hechas de series de historietas o las nuevas versiones de películas exitosas, demuestran una dependencia similar de las muestras y el reciclaje de historias y temáticas. Con esto en mente, la situación que Danto describe en 1986 sigue siendo tan relevante —o más— hoy, cuando la apropiación, el muestreo y los popurrís se pueden aplicar a cualquier producto cultural: desde la moda hasta las artes plásticas y el cine.

Parte del trabajo de apropiación en el arte y cine de la década de 1980 corresponde directamente a críticas postmodernas de originalidad e irónicas críticas culturales, las formas contemporáneas de apropiación, muestreo y reciclaje carecen de la acérrima política que motivaba los trabajos anteriores. En su lugar, la idea que todo está disponible para ser usado en la producción de obras de arte o cine, permite al artista y director una inmensa libertad dentro de un vasto léxico de géneros, técnicas y estilos para presentar su temática como consideren más conveniente. Un ejemplo de ello es *María Antonieta*, de Sophia Coppola, una película histórica sobre la promiscua reina de Francia, que fue totalmente musicalizada con música inglesa de la nueva era de la década de 1980, dando a la película un tono de ligereza melancólica que anuncia la prematura desaparición de María Antonieta en la historia y en la obra. Esta combinación estilística no se habría podido lograr si Coppola hubiera usado música de la época en la película y sostengo que esas posibilidades estilísticas han abierto una gran gama de opciones a los cineastas contemporáneos.

*Severed Ways: The Norse Discovery of America (2007)* de Tony Stone, toma su

---

<sup>7</sup> Danto., 85.



Imagen 2 : Viking in swamp . *Severed Ways: The Norse Discovery of America*. (2007)

argumento básico de un mito milenario que es presentado con un contemporáneo, discordante y vívido realismo de alta definición. Stone basó su película en las mitologías nórdicas tituladas las *Sagas de Vinland*, que narran los viajes de los vikingos desde Noruega a lo que es hoy el continente norteamericano, atravesando Islandia y Greenland. Las sagas dan únicamente un esbozo de los detalles de la partida de Noruega y el viaje hacia el oeste que convirtió a los vikingos en los primeros europeos en explorar la región. El texto completo de las sagas es de menos de 100 páginas, lo cual permitió a Stone inventar y adornar la historia para producir una película sobre el tema.

La historia de *Severed Ways* comienza con dos soldados escandinavos –Orn y Volnard– abandonados por muertos en el campo de batalla en las playas de Newfoundland, tras un sangriento encuentro con los nativos. Cuando comprenden que no serán rescatados, se dirigen tierra adentro para construir un refugio, buscar comida y tratar de sobrevivir. La película fue rodada en video de alta definición y con fre-



Imagen 3 : Orn and Vol at church fire. *Severed Ways: The Norse Discovery of America*. (2007)

cuencia usa un *high shutter rate* para crear detalles híper vívidos de los viajes por el escabroso terreno y sus encuentros con misioneros europeos y nativos. Toda la película resulta ser una elocuente marcha de la muerte para Orn y Volnard y el argumento mismo –como imitando los repetidos fracasos de los protagonistas– estalla una vez establecidos los caracteres y la historia. En la misma línea, *Severed Ways* es una película sobre la fracasada conquista de lo que se convertiría en América y la obra refleja el sentido de incomodidad, confusión y despiste que produce dicho fracaso. El argumento es simple: Orn y Volnard son abandonados en la playa de una tierra extraña y deben aceptar a sus habitantes y al paisaje para poder sobrevivir.

*Severed Ways* es una película bellamente filmada, que incorpora los majestuosos paisajes de las playas del norte de Newfoundland y los bosques de Maine y Vermont para representar las tierras vírgenes del norte en el año 1007. Aunque toda la película se filmó en video HD, la imagen connota las películas independientes de la década de 1970, con esquemas de colores brillantes y levemente desteñidos que dan a la obra una nostálgica apariencia de película de 16 mm. La puesta en escena de los personajes en el paisaje también es sensacional; usando planos secuencia para retratar la vastedad del paisaje, Orn y Volnard se mueven por accidentadas playas y bosques en un encuadre pictórico muy característico de la pintura romántica.

Los personajes hablan muy poco permitiendo a la película representar el esfuerzo físico que implica sobrevivir en los bosques de Newfoundland: talan árboles para construir refugios, pescan y sacrifican pollos para alimentarse e inútilmente, tratan de ubicar el bote que los abandonó en la playa después de la batalla. Los diálogos son en nórdico antiguo –con subtítulos en inglés– pero Orn y Volnard usan frecuentemente un lenguaje vernáculo contemporáneo más propio de los miembros de una banda de *heavy metal* que de los vikingos de 1007. Por ejemplo, cuando están decidiendo si acampar en la playa o resguardarse en el bosque, Orn dice: “Nos tostaremos si nos quedamos acá”. Para contribuir a que el público sea consciente de que es una historia de vikingos contada por una voz contemporánea, la banda sonora de la película está compuesta por música reciente de las bandas de *heavy metal* noruegas *Dimmu Borgor* y *Bursum*; la banda *death metal* americana *Morbid Angel*; y *Judas Priest*, entre otras, para sugerir que hay algún parentesco entre los vikingos y la cultura contemporánea *heavy metal* escandinava. El vestuario de los dos personajes, con sus melenas de largo pelo liso y su carácter busque-y-destruya, refuerza aun más la analogía entre el *heavy metal* y la antigua cultura vikinga.

Las repetidas alusiones a elementos contemporáneos en *Severed Ways* muestran claramente al público que ésta es una historia de 1007 contada en 2007. Estas yuxtaposiciones estilísticas rompen la coherencia histórica esperada de una obra histórica y al jugar tan liberalmente con las convenciones de la continuidad fílmica, *Severed Ways* se convierte en una película tanto sobre los procesos de ‘historización’ de los mitos como sobre el descubrimiento de una nueva tierra. En este sentido, se convierte en una película sobre la historia y cómo la historia puede ser contada por medio de las convenciones de la ficción narrativa. La aparente contradicción –contar un evento histórico y ‘objetivo’ con medios ficticios– se disuelve para presentar una imagen que es siempre sobre ambos: en parte lo que se sabe sobre el pasado y en parte, cómo el momento cultural actual es la base sobre la cual dichos eventos son planteados y re-contados.

Y como tal, *Severed Ways* es una película que mira hacia atrás –desde el mundo post-histórico de Danto a los comienzos de la historia americana– para sugerir que el descubrimiento de este continente se inició como una especie de fracaso violento. En el curso de la película, Orn y Volnard deambulan sin mayor propósito por el bosque. Construyen un refugio y consiguen comida, conocen misionarios europeos y eventualmente, ambos mueren. Orn es drogado y violado por una mujer nativa y posteriormente, un nativo asesina a Volnard. La escena final de la película

representa apropiadamente a Orn caminando con dificultad en la profunda nieve para finalmente, sucumbir y morir solo en el bosque. En esta melancólica escena, *Severed Ways: The Norse Discovery of America* presenta el eterno ejercicio de deambular hacia la propia muerte en un lugar extraño como el acto europeo de descubrir América y en este gesto único, radica toda la poética de la obra.

## Bibliografía

1 -Georg Hegel, *The Philosophy of History*. (Nueva York: Cosimo, 2007). Publicado originalmente en 1899.

2 -Arthur C. Danto, *The Philosophical Disenfranchisement of Art*. (Nueva York: University of Columbia Press, 1986), 81.

3 -Ibid., 85.

4 -Georg Hegel, *The Philosophy of History*. (Nueva York: Cosimo, 2007). Publicado originalmente en 1899.

5 -Danto, 114-115.

6 -Engles, Frederick y Marx, Karl, *The German Ideology*. (Londres: Lawrence & Wishart, Londres, Progress Publishers, Moscú, 1965), p. 53.

La cita completa:

“Y, finalmente, la división del trabajo nos da el primer ejemplo de cómo, mientras el hombre permanezca en la sociedad natural o sea, mientras exista una brecha entre los intereses particulares y los generales, mientras la actividad no sea voluntaria, sino naturalmente dividida, las obras del hombre se convierten en un dilema extraño opuesto a él, que lo esclavizan en lugar de ser controladas por él. Tan pronto como aparece la distribución del trabajo, cada hombre tiene su esfera particular de actividad, a la que es forzado y de la cual no puede escapar. El hombre es cazador, pescador, pastor o crítico y no tiene más remedio que seguirlo siendo, si no quiere verse privado de los medios de vida; al paso que en la sociedad comunista, donde cada individuo no tiene acotado un círculo exclusivo de actividades, sino que puede desarrollar sus aptitudes en la rama que mejor le parezca, la sociedad se encarga de regular la producción general, con lo que hace cabalmente posible que yo pueda dedicarme hoy a esto y mañana a aquello, que pueda por la mañana cazar, por la tarde pescar y por la noche apacentar el ganado, y después de comer, si me place, dedicarme a criticar, sin necesidad de ser exclusivamente cazador, pescador, pastor o crítico, según los casos. Esta fijación de la actividad social, la consolidación de lo que nosotros mismos convertimos en un poder objetivo superior a nosotros, creciendo sin control, frustrando nuestras expectativas, convirtiendo en nada nuestros cálculos, es uno de los principales factores del desarrollo histórico hasta ahora”.

7 -Danto, 85.

clave #3  
819-97

## do Senado convoca para votar a juventude

a campanha como deve ser: na rua, ao lado  
do jurista Antonio Azeiteiro e a voz de SP, Pia

com 17 @juventudebrasil Milhares de pessoas  
em seu centro de Paulo Rieger  
telefone: 11 559947

juventude PT fechou questão contra o  
voto sobre o Código Florestal. Nosso voto

PT está empacada na luta pela aprovação do  
no Senado Federal

Selecione Brasil

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

100 1.000 10

Selecione Brasil

Tweets 878

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Portal da Juventude do PT

ARTIGO

## Dilema: "quero ser presidente para continuar mudando esse país"

A candidatura de Dilma Rousseff como ex-  
Presidente do Brasil começou nesta terça em  
forte simbolismo: a Esquina Democrática, em  
Porto Alegre, ao lado de milhares de  
indianistas.

POLÍTICA PÚBLICA

PEC da Juventude é prioridade no  
Senado

POLÍTICA PÚBLICA

Em sete anos, mais jovens negros  
entraram nas universidades do que  
nas últimas vinte anos

POLÍTICA PÚBLICA

ProJAM realiza sonho de estudantes  
de todo Brasil

ARTIGO DE OPINIÃO



Do PT, presidente e ex-presidente do  
PT para voltar ao país ou Brasília. Há  
quarta-feira, 10 de junho, para votação do  
PT em Brasília.



100 1.000 10

## MOBILIZA

Manual do  
voluntário online  
acesse **aqui**.



### MOBILIZADOS

Quando fizer propaganda em 2014, por  
exemplo, em um sistema que coleta de  
dados e cria, para cada usuário, uma  
matrícula.

[veja mais](#)



### COMO USAR

Carregue 3 formas de ganhar  
seguidores e votos em 2014

[veja mais](#)



ortut

home profile



Rede Mobiliza

Presença: [ver perfil](#) | [editar perfil](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

facebook

Selecione Brasil



Rede Mobiliza de (Rede Mobiliza) · 14.466 membros

Atualizado em 12 de maio de 2014

Rede Mobiliza possui algumas das informações de uma página que  
compõem Rede, como uma mensagem para ser exibida e o nome de

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Como fazer propaganda para Rede

Quando mobilizar a Rede para ganhar

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

Atividade

Meu perfil: [ver perfil](#) | [editar perfil](#) | [ajudar](#)

Selecione Brasil

# Campañas políticas en línea en el mundo post-Obama: El caso de dos partidos políticos brasileiros

Traducido por Inés Elvira Rocha

65

Gracieli Scremin\*  
Stephanny Araújo

## Resumen:

La campaña presidencial de Obama en 2008 le mostró al mundo el potencial inexplorado de la Web como un medio para las campañas políticas. El objetivo de este artículo es explorar la influencia del factor post-Obama en la forma como dos partidos políticos principales de Brasil (*Partido dos Trabalhadores - PT* y *Partido da Social Democracia Brasileira - PSDB*) interactúan con audiencias en línea. Más específicamente, el artículo explora y plantea preguntas sobre el uso de las redes sociales por parte de ambos partidos, para atraer el apoyo político de los jóvenes usuarios de la Web.

## Palabras Clave:

Web, campañas presidenciales, PSDB, PT, Brasil, redes sociales, jóvenes.

\* Gracieli Scremin es doctora en publicidad de la Universidad de Texas en Austin. Ha hecho investigaciones en temas de publicidad política y nuevos medios las cuales han sido presentadas en diferentes conferencias académicas tanto en Estados Unidos como en otros países. Gracieli Scremin ha recibido numerosas distinciones entre ellas, la beca Jesse Jones en la Universidad de Texas. Trabajó como analista de internet y consultora de marketing. En la actualidad se desempeña como profesora de creatividad publicitaria, historia y teoría de la comunicación e investigación.

Abstract:

The Obama 2008 campaign showed people around the world the untapped potential of the web as a political campaign medium. The purpose of this article is to explore the influence of the post-Obama factor in the manner in which the two most prominent political parties in Brazil (*Partido dos Trabalhadores - "PT" - and Partido da Social Democracia Brasileira - "PSDB"*) interact with online audiences. Specifically, the article explores and raises questions about the use of social networking tools by both parties to attract political support from young web users.

Keywords:

Web, political campaign, PSDB, PT, Brazil, social networks, young voters.

Resumo:

A campanha presidencial de Obama em 2008 mostrou ao mundo o potencial inexplorado da Web como um meio para as campanhas políticas. O objetivo deste artigo é explorar a influência do fator pós-Obama na forma em que os dois principais partidos políticos do Brasil (Partido dos Trabalhadores - PT e Partido da Social Democracia Brasileira - PSDB) interagem com audiências on line. O artigo explora e propõe, especificamente, perguntas sobre o uso das redes sociais por parte de ambos partidos para atrair o apoio político dos jovens usuários da Web.

Palavras Chave:

Web, campanhas presidenciais, PSDB, PT, Brasil, redes sociais, jovens.

## Introducción

Obama introdujo una nueva era en las campañas políticas en línea. Anteriormente, se utilizaron propagandas en línea, banners y videos como herramientas de las campañas políticas pero la innovación de la campaña de Obama en el 2008, fue el uso de las redes sociales de la web y las herramientas de generación de contenidos por parte de los usuarios (blogs, videos) para crear y mantener una base de partidarios.

La estrategia en línea transmitió el mensaje de esperanza y cambio y fue efectiva para movilizar a los jóvenes usuarios de Internet para quienes el mensaje tenía más resonancia. A diferencia de las campañas políticas tradicionales, animó a los jóvenes a participar creando y compartiendo contenidos en línea y manteniéndolos al día con las noticias y eventos de la campaña.

Los estrategas de las campañas políticas de los dos principales partidos políticos de Brasil, *Partido dos Trabalhadores (PT)* y *Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB)*, están analizando el modelo Obama y desarrollan herramientas para captar el interés y la participación de los jóvenes usuarios de Internet. Como lo demostró el esfuerzo político de Obama, el éxito depende del entusiasmo y creatividad de los partidarios de la campaña. Este artículo explora y plantea preguntas sobre el uso de las redes sociales por parte de los dos partidos brasileiros para atraer el apoyo político de los jóvenes usuarios de la Web.

## Lecciones de la campaña de Obama

La campaña presidencial de Obama en Estados Unidos cambió el panorama de las campañas políticas en línea. Antes de Obama, las campañas políticas en línea eran vistas como una extensión de los medios impresos, –de la radio y la televisión (Carpenter, 2010) – los candidatos y sus directores de campaña no lograban utilizar significativamente el potencial de la Web para que los usuarios interactuaran. Los analistas han comparado la campaña de Obama con la de su oponente, el senador John McCain, quien utilizó este medio como un agente unidireccional o transmisor

de mensajes políticos y no como una herramienta para interactuar con los votantes (Vargas, 2008).

En contraste, la campaña de Obama buscó involucrar a los jóvenes –los más ávidos usuarios de las redes sociales de la Web (Smith, 2009)– en un diálogo y hacer evidente la importancia de su compromiso. La cohesión de la campaña en torno al tema de la esperanza y el cambio –resumida en su slogan “Sí podemos”–, los esfuerzos por crear el sitio web social de Obama ([www.MyBarackObama.com](http://www.MyBarackObama.com)) y el contenido generado por los usuarios en blogs y videos, (el conocido video “*Crush on Obama*” es un ejemplo) contribuyeron a su éxito en la web.

Una de las lecciones de esa campaña es que el éxito en el uso del potencial de interactividad de la web depende de la actitud (genuina, apasionada/enérgica en lugar de pasiva) y del deseo de interactuar abiertamente con los votantes, de escucharlos y dar respuesta mostrando su interés en lo que ellos tienen que decir.

La campaña de Obama tenía una actitud abierta y apasionada. “La meta (de MyBarackObama.com) nunca estuvo determinada en cifras. Se trataba de ofrecer a aquellos entusiastas que están allá, en el terreno, las herramientas para organizarse en sus propias comunidades” afirmó Chris Hughes, uno de los fundadores de Facebook y estratega de la campaña en línea de Obama, en una entrevista con NBC durante la campaña (Couric, 2008).

Un factor importante del éxito fue que muchos de los empleados de la campaña también eran jóvenes. Por ejemplo, el director de discursos de Obama, Jon Favreau, tenía en ese momento 26 años. Chris Hughes, tampoco había cumplido los 30 años.

Aun más, la personalidad agradable, comunicativa y abierta de Obama también encajaba con las exigencias de una exitosa campaña en línea. George Lakoff, en su libro *The Political Mind* (2009), señala la empatía como uno de los principales rasgos de la personalidad de Obama. El candidato estaba preparado para escuchar y tratar de involucrar partidarios jóvenes para quienes la empatía es considerada un rasgo “liberal” (Hayes, 2005) de gran importancia.

En septiembre de 2008, dos meses antes de las elecciones, la campaña de Obama ya tenía una ventaja de veinte puntos sobre McCain entre los votantes de 18 a 34 años de edad. En contraste, McCain sólo sacó un punto de ventaja a Obama entre los votantes de otras edades. Estas cifras señalan que el éxito de la campaña de

Obama en línea, entre los jóvenes votantes, fue definitivo para ganar las elecciones de 2008.

## El PT y el PSDB adoptan las redes sociales como herramientas de campaña.

En Brasil, los dos principales partidos políticos –el *Partido dos Trabalhadores* (PT) y el *Partido da Social Democracia Brasileira* (PSDB)– ya han implementado herramientas en las redes sociales como *Twitter*, *Facebook*, *Orkut* y *YouTube* para reclutar partidarios en línea. La web está lista para convertirse en parte integral de cada una de las estrategias de las campañas (Santos y Oliveira, 2010).

69

Las siguientes citas representan las ideas de los estrategas de ambos partidos con respecto a la importancia de las redes sociales:

*“La política es más que discursos y campañas; es lo que las personas hacen todo el tiempo en Internet. YouTube y Twitter son los mejores puntos de reunión que existen. En Internet, la campaña dura tanto como usted lo desee. Orkut y Facebook son medios importantes: usted escucha a la gente, participa en comunidades y encuentra voluntarios. Eso es lo que el PSDB hará en 2010: unificar la política y el Internet y movilizar a Brasil”.<sup>1</sup>*

*“Hoy día, con redes sociales como Orkut, Facebook, Twitter y todas las otras posibilidades ofrecidas por el mundo en línea, debemos tomar ventaja de esos espacios y dedicar nuestra campaña a ello”.<sup>2</sup>*

## Campañas políticas en Brasil

Las leyes sobre campañas electorales en Brasil limitan el ámbito de las campañas políticas y su cubrimiento en los medios de comunicación. En este país, ningún partido o candidato puede comprar tiempo/espacio en radio, televisión o Internet para promover su campaña. Los medios de comunicación tradicionales –ej: radio, televisión y medios impresos– no pueden promocionar sólo a un candidato y están obligados a hacer un cubrimiento equilibrado (tanto en términos de cantidad como de calidad) de todos los candidatos postulados para unas elecciones.

<sup>1</sup>. Video en YouTube “Política & Internet” (2010) de Mobiliza PSDB.

<sup>2</sup>. André Vargas (2010), Secretario Nacional de Comunicaciones del PT.

En el caso de la web, la ley es más flexible. No exige un cubrimiento balanceado de los candidatos en los blogs y otros medios de información en línea. La única norma es identificar la fuente del contenido web de manera que otros puedan responder en caso de no estar de acuerdo o quieran incluir sus opiniones. Debido a su bajo costo y al hecho de que las fuentes gozan de mayor libertad en Internet más que en cualquier otro medio brasileño, con el tiempo éste podrá adquirir una mayor importancia en las vidas de individuos/organizaciones que busquen difundir y/o obtener información sobre los candidatos (Lobo, 2009). Como quedó demostrado en la campaña de Obama, el Internet está ganando importancia como herramienta de comunicación política. Esta herramienta puede ser más rápida y de mayor perspectiva de lo esperado en países como Brasil, donde las leyes sobre campañas electorales en los medios de comunicación tradicionales son rigurosas.

Sin embargo, en contraste con la campaña de Obama, que comenzó un año antes de las elecciones, los partidos políticos brasileños sólo pueden comenzar las campañas –y esto incluye difundir mensajes que abiertamente buscan captar apoyo para un candidato– tres meses antes de las elecciones. Esta situación ofrece a los candidatos un tiempo limitado para construir una base de apoyo en línea.

No obstante, los partidos políticos han comenzado a estimular la participación de sus partidarios en línea con miras a sus campañas, sin dejar de lado el sendero de no promocionar, aún abiertamente, a sus candidatos. Las siguientes secciones exploran lo que el trabajo del PT y el PSDB han hecho para captar apoyo.

## Los jóvenes en línea como objetivo.

Dado el éxito de la campaña de Obama gracias al uso de las redes sociales para conseguir partidarios entre sus más destacados y ávidos usuarios y la composición del típico usuario de la web en Brasil,<sup>3</sup> tanto el PT como el PSDB se han esforzado por atraer el apoyo de los jóvenes usuarios de la web.

El PSDB comenzó su campaña para captar el apoyo de esta audiencia a través de un esfuerzo denominado “*Mobiliza PSDB*” que tiene un sitio web y páginas en las redes sociales más populares en Brasil: *Orkut*<sup>4</sup>, *Facebook*, *Twitter* y *YouTube* (véase las Figuras 1.1 a 1.5). Los visitantes del sitio pueden descargar videos educativos que fomentan el apoyo al partido así como la producción y difusión de contenidos

<sup>3</sup>. Sería erróneo descartar Internet como una tecnología disponible sólo para los brasileños educados y con altos ingresos. En Brasil, las Casas LAN (establecimientos similares a los “Café Internet” de Estados Unidos y Europa) permiten a las personas de la clase media-baja tener acceso a la web (F/RADAR, 2009). El típico usuario de Internet en Brasil tiene entre 18 y 24 años y usa la web para buscar información y para establecer y mantener relaciones sociales. Dado que en Brasil es obligatorio votar, ese grupo constituye el 18% de la población votante de Brasil y, por tanto, puede tener una importante influencia en el resultado final de las elecciones. Como se demostrará en la siguiente sección, la popularidad de Internet y sus redes sociales entre la población de 18 a 24 años en Brasil está siendo aprovechada por el PT y el PSDB para llegar a esta importante población.



71

Figura 1.1 : Página de inicio del sitio web de Mobiliza PSDB



Figura 1.2 : Mobiliza PSDB en Facebook

4. La red social más popular entre los brasileros (F/RADAR & Datafolha, 2009).



Figura 1.3 : Mobiliza PSDB em Orkut



Figura 1.4 : Mobiliza PSDB em Twitter



Figura 1.5 :Mobiliza PSDB en YouTube

a favor del partido en la web. Un ejemplo es un video que presenta una parodia de la letra de la canción *Legalize it*, de Bob Marley:

*Moviliza, la comunidad.  
Movilízalo en Orkut o Skype  
reúne amigos, toma posición,  
graba una idea y lánzala en YouTube.  
Moviliza. Tú eres el que habla.*

El grupo *Juventude PT* (JPT) del PT –Juventud PT– tiene un sitio web que funciona como centro de noticias del grupo y del partido. Comparado con el sitio de Mobiliza PSDB, JPT se dedica menos a captar partidarios a través de las redes sociales (véase la Figura 2.1). La presencia web 2.0 de JPT también es más restringida que la de Mobiliza. JPT.org.br presenta enlaces a sólo dos redes sociales: *Orkut* y *Twitter* (Véase las Figuras 2.2 y 2.3).



Figura 2.1 : Página de inicio del sitio web de JPT

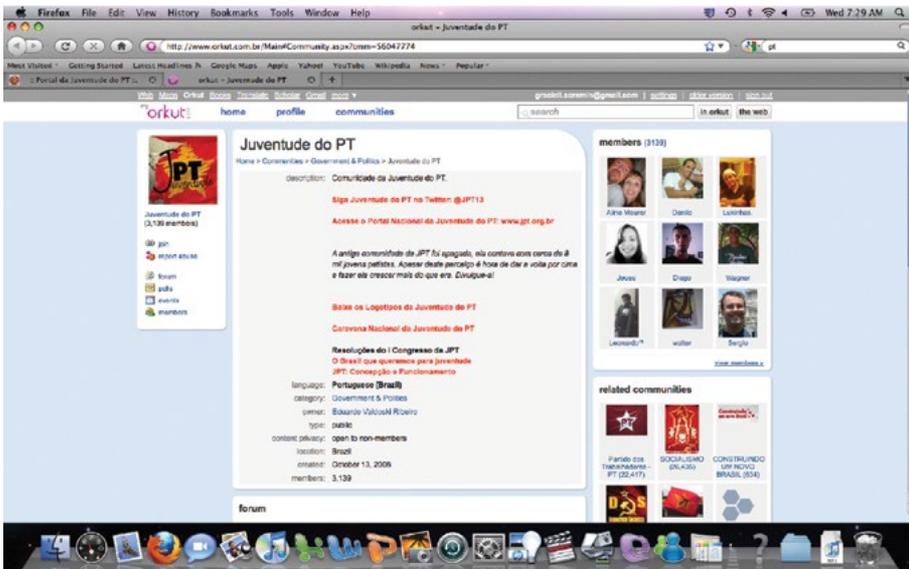


Figura 2.2 : JPT en Orkut



Figura 2.3 : JPT en Twitter

75



Figura 3.1. : Página de inicio del sitio web oficial del PSDB



Figura 4.1 : Página de inicio del sitio web oficial del PT

## Sitios web de los partidos

Para captar apoyo a través de los sitios web oficiales de los partidos ([www.psd.org.br](http://www.psd.org.br) y [www.pt.org.br](http://www.pt.org.br); véase las Figuras 3.1 y 4.1), el del PT está mejor preparado para aprovechar este medio sin embargo, ambos partidos parecen estar haciendo un esfuerzo coordinado para usar sus sitios web como herramientas para la campaña política de 2010. En el momento en que escribí este artículo, el sitio del PT tenía una estructura de navegación más amigable para el usuario que la del PSDB (mejor etiquetado, bien organizado y visualmente más agradable). También, en contraste con el sitio del PSDB, las herramientas para compartir contenido como artículos, videos (véase la Figura 4.2, un pantallazo de la página de televisión del PT), historias de radio y enlaces a las redes sociales (*Twitter* y *Orkut*; véase las Figuras 4.3 y 4.4) estaban mejor señalados y presentados en el sitio del PT.



Figura 4.2 : Página de TV en el sitio web oficial del PT



Figura 4.3. : El PT en Orkut

77



Figura 4.4: El PT en Twitter

## El PT, el PSDB y el factor Obama

Es evidente que, tanto el PT como el PSDB están tratando de cosechar los beneficios de las tecnologías web 2.0 con el fin de captar partidarios en línea. El principal objetivo de estos esfuerzos en línea son los brasileros de 18 a 24 años –la mayor parte de los usuarios de la web en Brasil (F/RADAR & Datafolha, 2009)–. Mobiliza PSDB sirve como punto de partida para reclutar y educar a los jóvenes partidarios del PSDB en línea. El enfoque del PT está en su propio sitio web que presenta historias, video, programas de radio y unos medios claros para que los partidarios difundan el contenido en la web. El PSDB también está intentando conectarse con sus jóvenes partidarios a través de páginas en los sitios de las principales redes sociales (*Orkut, Facebook, Twitter y YouTube*). La estrategia del uso de redes sociales del PT es más restringida y se centra en la red social más popular entre los jóvenes brasileros: *Orkut*.

Aunque el modelo para ambos partidos es la campaña de Obama en 2008, hemos visto que su éxito fue producto tanto de la actitud juvenil de sus ideas, acciones y estrategias como de la suma de las herramientas sociales en línea. Por consiguien-

te, una de las preguntas que surgen es si el PT y PSDB usarán el potencial de las redes sociales de la web para difundir ideas políticas que sean tan relevantes e importantes para los jóvenes votantes como el “Sí podemos” de la campaña de Obama. Evidentemente, los estrategas de ambos partidos son conscientes del potencial de la web para captar el apoyo de los jóvenes líderes de opinión –una señal de ello es que ambos partidos han establecido bases en el ámbito de la web 2.0 con perfiles en los sitios web de las principales redes sociales.

Hay muchos otros retos y uno importante es la personalidad de los candidatos del PT y el PSDB. A diferencia de Obama, cuya elocuencia y encanto son evidentes aún para el observador más desinteresado, Dilma Rousseff –del PT– y José Serra –del PSDB– son frecuentemente descritos ‘sin gracia y poco inspiradores’. Un aspecto interesante de la campaña presidencial de 2010 en Brasil será ver, hasta qué punto el uso de las redes sociales logra promover, en un tiempo limitado (recordemos que en Brasil las campañas políticas sólo pueden comenzar oficialmente tres meses antes del día de elecciones), a unos candidatos cuyas personalidades no serán nunca tan estimulantes como la de Obama.

## Bibliografía

Carpenter, Cheri A. (2010), "The Obamachine: Technopolitics 2.0", *Journal of Information Technology & Politics*; 2010, 7 (2/3), p. 216-225.

Couric, Katie (2008), "Inside Obama's Campaign Headquarters", *NBC Evening News*, disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=N6-FHxPy0EO>, última consulta: 7 de julio de 2010.

F/RADAR & Datafolha (2009), "Perfil do internauta brasileiro", Informe de F/RADAR & Datafolha, disponible en <http://www.slideshare.net/fnazca/f-radar-internet>, última consulta: 7 de julio de 2010.

Franco, Catalina (2009), "O uso da Internet para campanhas eleitorais", *Juris*, <http://doc.jurispro.net/articles.php?lng=pt&pg=18325>, última consulta: 28 de mayo de 2010.

Guerreiro, Gabriela (2009), "Senado libera uso da internet durante campanha eleitoral", *Folha Online*, <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u624478.shtml>, última consulta: 28 de mayo de 2010.

Hayes, Danny (2005), *Candidate Qualities Through a Partisan Lens: A Theory of Trait Ownership*, *American Journal of Political Science*, 49 (4), p. 908-923.

Lakoff, George (2008), *The Political Mind: Why You Can't Understand 21st-Century American Politics with an 18th-Century Brain*, New York: Viking.

Lobo, Thais (2009), "Eleições 2010: Internet pode aproximar eleitor das campanhas, diz especialista", *O Globo*, <http://oglobo.globo.com/pais/mat/2009/06/26/eleicoes-2010-internet-pode-aproximar-eleitor-das-campanhas-diz-especialista-756529235.asp>, última consulta: 6 de julio de 2010.

Mobiliza PSDB (2010), "Politica & Internet", disponible en [http://www.youtube.com/watch?v=OX-CkuZZN\\_w](http://www.youtube.com/watch?v=OX-CkuZZN_w), última consulta : 7 de julio de 2010.

Oliveira, Clarissa (2009), "Partidos se preparam para usar internet nas eleições", *O Estado de Sao Paulo*, <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,partidos-se-preparam-para-usar-internet-nas-eleicoes,430080,0.htm>, última consulta: 6 de julio de 2010.

Pollard, Timothy D., James W. Chesebro y David Paul Studinski (2009), "The Role of the Internet in Presidential Campaigns", *Communication Studies*; 60 (5), p. 574-588.

Recuero, Raquel (2008), "Redes sociais, capital social e difusão de informações na Internet", *Eu, Midia: A Era Cidadã e o Impacto da Publicação Pessoal no Jornalismo*, organização de Mario Lima Cavalcanti, OPVS Editorial Ltda., Rio de Janeiro, RJ., p. 45 - 62.

Santos, Debora y Maria Angelica Oliveira (2010), "PSDB, PT e PV investem em 'militância virtual'", *G1*, <http://g1.globo.com/Noticias/Politica/O,,MUL1562626-5601,00-PSDB+PT+E+PV+INVESTEM+EM+MILITANCIA+VIRTUAL.html>, última consulta: 3 de junio de 2010.

Sérgio Soares Braga; Andressa Silvério Terra França; María Alejandra Nicolás (2009), "Os partidos políticos brasileiros e a internet: uma avaliação dos websites dos partidos políticos do Brasil", *Revista de Sociologia e Política*, 17 (34), 183-208.

Smith, Aaron (2009), "The Internet's Role in Campaigning 2008," PEW Research Center, <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/6--The-Internets-Role-in-Campaign-2008.aspx>, última consulta: 7 de julio de 2010.

Vargas, José Antonio (2008), "Campaign.USA: With the Internet Comes a New Political 'Clickocracy'", *The Washington Post*, [http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/03/31/AR2008033102856\\_4.html](http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/03/31/AR2008033102856_4.html), última consulta: 15 de mayo de 2010.

Vargas, André (2010), "Internet é a aposta do PT na campanha", *André Vargas Deputado Federal*, disponible en <http://www.andrevargas.com.br/noticias/?id=1750>, última consulta: 7 de julio de 2010.

Wilson Gomes; Breno Fernandes; Lucas Reis; Tarcizio Silva (2009), "'Politics 2.0': a campanha online de Barack Obama em 2008", *Revista de Sociologia e Política*, 17 (34), p. 29-43.

clave #3

019-97



# WWRCS, ¿qué diría Robo Cristo? “El proceso creativo entre bastidores”

Traducido por Inés Elvira Rocha

Doug Sutherland\*

## Resumen:

Desde hace algún tiempo he venido trabajando en un cortometraje de animación 3D titulado “WWRCS” o “¿Qué diría Robo Cristo?.” Este trabajo está inspirado en las conferencias de Lewis Munford, recopiladas bajo el título “Arte y Técnica” donde aborda el tema de las máquinas originalmente diseñadas para servirnos. La observación, la experiencia en animación, los efectos visuales y el tiempo de los medios de comunicación me permitieron descubrir la importancia y jerarquía del trabajo preliminar que existe en los proyectos basados en el tiempo. Los trabajos están realizados con técnicas tradicionales -dibujo y pintura-. Mientras viví y trabajé al sur de California tuve la oportunidad de visitar algunos de los más reconocidos estudios de efectos visuales. Los dibujos, pinturas y pequeños modelos escultóricos que rara vez son vistos, excepto en la sección de material adicional de las películas en DVD, muchas veces son más interesantes que el resultado final que se proyecta en la pantalla grande. El proceso de planificación de una película, antes del rodaje, es muy importante para que el resultado final sea tan poderoso y maravilloso como el de algunas películas y animaciones de la actualidad. La mayoría de nosotros no somos conscientes ni estamos familiarizados con estos tesoros. A través de mis observaciones y de mis propios proyectos, me doy cuenta que al combinar métodos y materiales tradicionales con las nuevas tecnologías digitales, hay resultados que no se pueden alcanzar utilizando únicamente un computador, un ratón o una tableta digitalizadora.

## Palabras Clave:

Doug Sutherland, WWRCS, RoboChrist, Munford.

\*Nació 1950 en Joliet, Illinois, EE.UU. En la actualidad reside en Valrico, Florida. Sutherland es artista tradicional, artista digital y animador digital. En 1972 obtuvo el grado de BA en fotografía y la cinematografía en la Universidad del Sur de la Florida, y en 1979 obtuvo el Master in Fine Arts en Pintura en la Universidad Estatal de Florida. Actualmente ocupa el cargo de profesor adjunto de Arte en la Universidad de Tampa. Ha sido profesor en California State University Channel Islands, California State University Northridge, The Otis Art Institute, Ventura, College, Moorpark College y The Florida State University. Trabajó en la industria de artes gráficas en Nueva York y Los Ángeles. Ha realizado exhibiciones colectivas e individuales a nivel nacional e internacional desde 1972.

**Abstract:**

I have been working on a 3D animated short for sometime now titled "WWRCS" or "What Would Robo Christ Say." It is inspired by the concept put forth by Lewis Munford in his book of published lectures titled "Art and Technics" that we have come to worship the machines that were originally designed to serve us. While working on this and other projects, the one thing that I have come to value through my observation and experience with animation, visual effects, and time based media, is the importance and beauty of the preliminary work that assists in the previsualization of time based projects. This work consists mostly of traditional mediums like drawing and painting. While living and working in Southern California, I had the opportunity of visiting some major visual effects studios. The drawings, paintings, and small sculptural models that are rarely ever seen, except on the special features sections of the DVDs of the films, were often much more interesting than what actually made it to the big screen. There is so much that goes into planning a film before the cameras start rolling that makes the end product as powerful and as wonderful as movies and animations are today. Most of us are unaware and unfamiliar with these jewels. Through my observations and my own projects, I have come to realize that through the process of combining traditional methods and materials and new digital technologies innovation and results can be achieved that may not be reached through using a computer and a mouse or digitizing tablet alone.

**Keywords:**

Doug Sutherland, WWRCS, RoboChrist, Munford.

**Resumo:**

Há algum tempo trabalho num curta-metragem de animação 3D titulado "WWRCS" ou "O que faria o Robô Christ?". Este trabalho está inspirado nas conferências de Lewis Munford, reunidas sob o título "Arte e Técnica" onde se aborda o tema das máquinas originalmente desenhadas para nos servir. A observação, a experiência em animação, os efeitos visuais e o tempo dos meios de comunicação me permitiram descobrir a importância e a hierarquia do trabalho preliminar que existe nos projetos baseados no tempo. Os trabalhos estão realizados com técnicas tradicionais: desenho e pintura. Enquanto vivi e trabalhei ao sul da Califórnia tive a oportunidade de visitar alguns dos mais reconhecidos estudos de efeitos visuais. Os desenhos, pinturas e pequenos modelos escultóricos, que raras vezes são vistos, exceto nos trechos de características especiais dos DVD dos filmes, têm um maior significado que na grande tela. Existem diferentes elementos envolvidos no planejamento de um filme - antes do início de uma filmagem - e o produto final é tão poderoso e maravilhoso como os filmes e animações da atualidade. A maioria de nós não é consciente e também não está familiarizada com estas joias. Através de minhas observações e de meus próprios projetos, percebo que ao combinar métodos e materiais tradicionais com as novas tecnologias digitais, os resultados não podem ser atingidos utilizando unicamente um computador, um mouse ou um quadro digital.

**Palavras Chave:**

Doug Sutherland, WWRCS, RoboChrist, Munford.

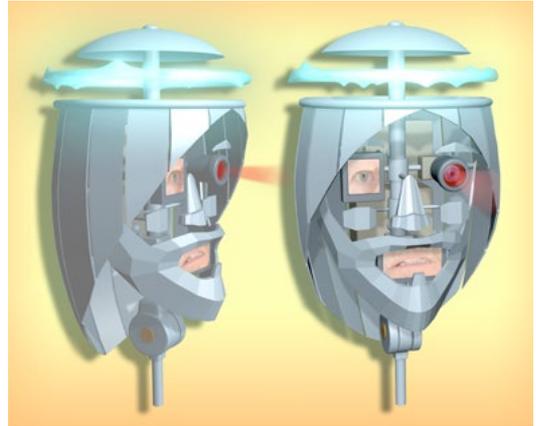
Desde hace algún tiempo he venido trabajando en animación 3D por computador hace algún tiempo. Aunque he finalizado –lo que yo llamaría– muchos fragmentos animados cortos, mi mayor ambición ha sido encontrar un proyecto con el que me sienta cómodo para comprometerme, a largo plazo, terminar una película o video animado. No quiero hacer algo estrictamente narrativo. Hay una gran cantidad de trabajos bellamente logrados y muy sofisticados en ese género. Con una formación en pintura, tiendo a realizar trabajos que son puramente visuales. Aún cuando el trabajo estático y en dos dimensiones se presta para hacer imágenes no figurativas, no estoy muy seguro que los gráficos 3D por computador y los medios del tiempo sean tan efectivos. Así que, en un intento por encontrar un medio adecuado que además comunicara bien, comencé a trabajar en este proyecto hace un poco más de dos años. Un colega, Tim Kennedy, profesor de Comunicación en la Universidad de Tampa, me prestó el libro *Art and Technics* que reseña algunas conferencias de Lewis Mumford sobre crítica social. El autor plantea cómo, la sociedad se ha comprometido con una vida basada en el materialismo y la mecanización. Él ya se había referido a este tema en las décadas de 1940 y 1950 y desde entonces, estaba preocupado porque la sociedad había llegado a adorar y servir a las máquinas –que deberían servirnos a nosotros– en lugar de centrar nuestros valores en la naturaleza, las artes y en la vida espiritual. También discute el impacto que esto tenía en la cultura de la época. Definitivamente fue importante en ese momento, y en la actual cultura tecnológica es aún más pertinente.

Actualmente trabajo con dibujos y pinturas que han sido influenciadas por el Renacimiento y el Barroco europeos, períodos en los cuales la Iglesia Católica dominaba la economía y política del mundo occidental. Me pareció natural tomar este trabajo y tratar de aplicar la iconografía del Renacimiento y Barroco a la idea de Mumford sobre nuestra adoración por las máquinas. Originalmente, el concepto de “Robo Cristo” parecía un poco tonto y algo cursi, pero me agradaba la idea de tratar de equilibrar la tontería y la sofisticación de alguna forma que manejara esos extremos y tal vez, me permitiera producir algo diferente y significativo.

Esto me llevó a la idea de hacer una animación corta dividida en tres partes. Comienza con un flamenco rosado de plástico que sostiene una conversación unilateral con un pájaro bebedor. Un pájaro bebedor es uno de esos novedosos artículos



Dibujo de la Robo-Cabeza 16 in. x 20 in

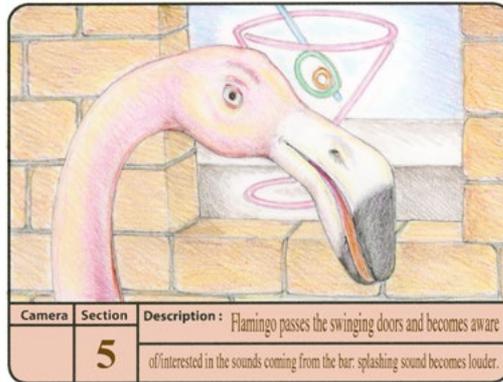


Modelo tridimensional de la Robo-Cabeza 16 in. x 20 in

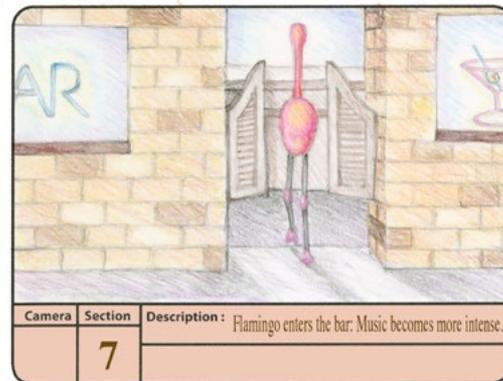
plásticos de movimiento perpetuo. El monólogo comienza con una nota disparatada y evoluciona hacia un mensaje centrado en preocupaciones ecológicas. Este segmento es fundamentalmente narrativo. El escenario para la interacción entre los dos pájaros plásticos es un bar. La última toma de la secuencia es el pájaro bebedor balanceándose rítmicamente, movimiento similar al bombeo de un pozo petrolero.

El pájaro se disuelve en un pozo petrolero y en este punto, el énfasis cambia del diálogo central a algo fundamentalmente simbólico y visual. En un nivel muy directo, el símbolo del pozo petrolero debe ser obvio pero no tiene que quedarse ahí. También sirve como transición ininterrumpida del tema de la adoración de las máquinas y la idea de idolatrar el poder aún cuando esa devoción sea absurda y destructiva. Parece ser que hoy día, el poder y los recursos energéticos se han convertido en el eje del orden universal. Una llama se eleva de la boca del pozo, y se convierte en una bola de fuego que asciende en el aire. Luego, emana petróleo de la boca del pozo y se convierte en sangre. La sangre se convierte en dinero que se arremolina y asciende al cielo. Tengo una idea clara sobre la secuencia del fuego, petróleo y sangre. Espero que los símbolos no sean tan obvios que no dejen espacio a la interpretación. Las monedas china y estadounidense tienen un significado personal, pero los billetes flotando buscan representar el lanzamiento del destino al viento.

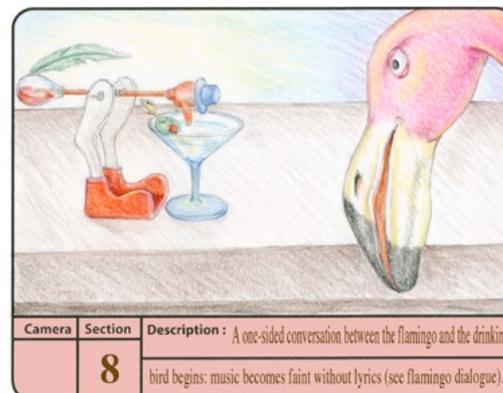
La cámara se enfoca en un billete que se convierte en una hoja al viento, símbolo de la pérdida de control. La hoja se convierte en pluma; un martillo se une a la pluma y los dos caen simultáneamente frente a la luna en el cielo. El comandante de la



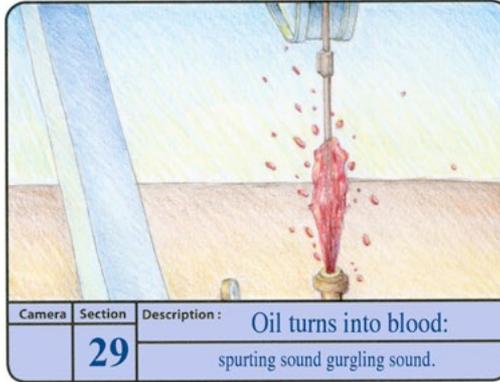
Dibujos del guión gráfico, página 5



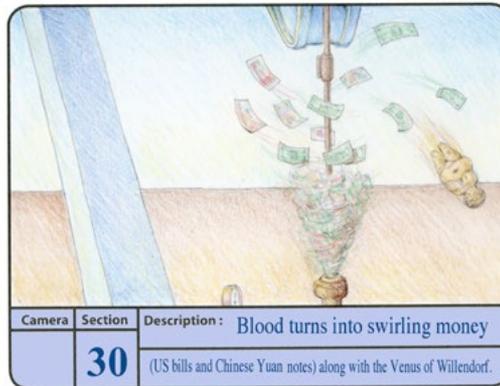
Dibujos del guión gráfico, página 7



Dibujos del guión gráfico, página 8



Dibujo del guión gráfico, página 29



Dibujo del guión gráfico, página 30

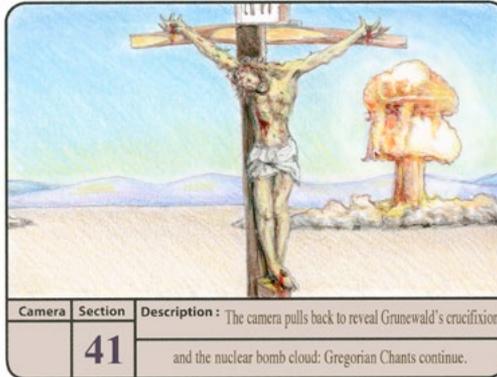


Dibujo del guión gráfico, página 31

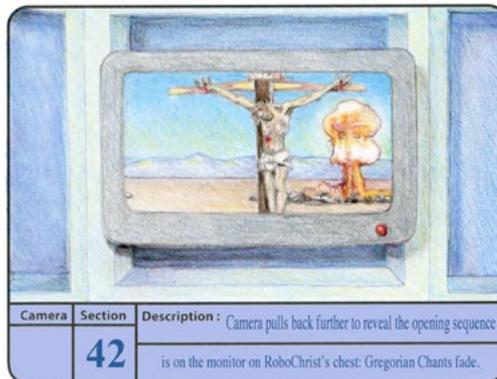
misión Apolo 15, David Scott, dejó caer un martillo y una pluma sobre la superficie lunar para demostrar la teoría de Galileo –de hace siglos– sobre la gravedad y la atmósfera. En el caso de esta animación, el martillo y la pluma que caen, ilustran la esperanza y el pensamiento de avanzada que se han convertido en sinónimos en Estados Unidos, del programa espacial. El martillo cae a la tierra y aterriza encima de una hoz. La conexión con el símbolo de la Unión Soviética debe ser obvia. Aparece un fogonazo blanco y la cámara retrocede para ser testigo de una explosión nuclear. Al retroceder un poco más, se puede ver que frente al hongo nuclear está la crucifixión de Cristo tal como la pintó Mattias Grunewald. Al alejarse aún más, se evidencia que desde el principio, toda la película se muestra en un pequeño monitor de video localizado en el pecho del Robo Cristo, el robot crucificado que simboliza la adoración por las máquinas.

La cámara enfoca el rostro del Cristo mecánico y la robótica figura comienza a pontificar. El contenido del diálogo del Robo Cristo está enfocado para señalar políticamente, cómo el poder corrompe, especialmente el que está en manos de los líderes de las naciones poderosas. Originalmente, sólo tenía la idea del Robo Cristo como modelo tridimensional por computador. Trabajé mucho en el diálogo del personaje, por ello el título “WWRCS” o ¿Qué diría el Robo Cristo? Pensé –basado en lo que la historia dice de la filosofía de Jesús de Nazaret– que si hoy él pudiera ver cómo sus ideales han sido manipulados y malinterpretados, no estaría satisfecho con la violencia y la destrucción ni con la manera cómo –en muchos casos– el cristianismo ha sido utilizado para justificar acciones inhumanas.

Por medio de la evolución de mi proceso, intento demostrar que el proceso entre la idea y la película terminada está lleno de retos y resultados creativos. Mientras vivía en Los Ángeles, California, tuve la oportunidad de visitar varios estudios de animación y de efectos visuales. En varias ocasiones tuve el gran placer de visitar el *Stan Winston Studio*. Éste es conocido por sus creaturas animatrónicas y efectos de maquillaje. Stan Winston ha trabajado en las películas *Terminator*, *Jurassic Park*, *Predator*, una de las series de *Alien* y comerciales para televisión como las ranas de *Budweiser*. El estudio ha ganado varios premios Oscar. Nunca me permitieron recorrer los estudios de trabajo de los artistas por razones de seguridad, ya que trabajaban en nuevas producciones. No obstante, pude apreciar varias ilustraciones creadas para proyectos ya concluidos. Vi los *concept drawings* de los dinosaurios de *Jurassic Park*, algunos dibujos de Stan para la película *Pumpkin Head* y también los dibujos que Tim Burton hizo del traje que Johnny Deep utilizó en su papel de



Dibujo del guión gráfico, página 29



Dibujo del guión gráfico, página 30



Dibujo del guión gráfico, página 31

*Edward Scissorhands*. Visité los estudios de animación de Dreamworks durante la producción de la película animada *El príncipe de Egipto*. Los vestíbulos del estudio estaban forrados con guiones gráficos y barras de color que el director y los animadores consultaban con frecuencia. Algo que siempre me asombró cuando estuve 'tras el telón', fue la cantidad de excelentes obras de arte – y que nunca son vistas fuera de los estudios– así como el gran número de artistas talentosos que trabajan para la industria del entretenimiento. Hace varios años, una amiga artista de California me preguntó “¿qué están haciendo los artistas jóvenes hoy día y por qué no los vemos exponer sus obras en las galerías y museos?” Le respondí que yo creía que estaban trabajando en la industria del cine. Otro buen amigo que conocí cuando estudiaba el posgrado, trabajó como animador y director de animación y recibió un premio Oscar por su trabajo como supervisor de animación de la película *Spider Man 2* (El hombre araña 2). Él es un buen ejemplo de alguien que fue activo como artista plástico mientras estudiaba pero escogió la industria del entretenimiento para invertir su energía creativa.

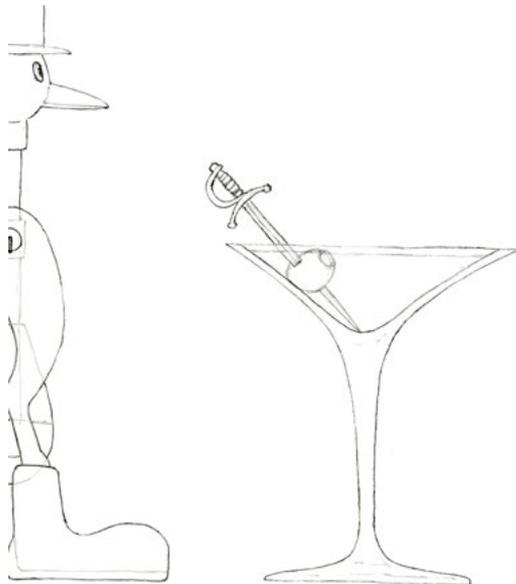
Impresionado por las magníficas obras de arte que pude apreciar, decidí trabajar durante las vacaciones del verano para planear mi proyecto y producir el guión gráfico de mi obra de Robo Cristo. Hasta el verano pasado trabajé en los bosquejos y dibujos en 3D de los personajes, propiedades y ambientes, modelos 3D por computador y pruebas de animación. La construcción de los modelos 3D y las pruebas de animación las hice para asegurarme que el movimiento de personajes y objetos fuera convincente y hacer un cálculo temporal de la animación de dichos modelos. En el caso de la torre de perforación petrolera, ésto resultó todo un reto.

En conclusión, quisiera enfatizar en la utilidad del guión gráfico para el desarrollo del argumento, tanto a nivel narrativo como visual. La creación de los dibujos también permite resolver la composición y diseño de las tomas o cuadros individuales. Además de ayudar al diseño de la composición de la escena, los guiones gráficos permiten establecer los ángulos de la cámara para cada toma. Dar color a los guiones como lo hago, posibilita el trabajo de los esquemas de color para los clips, y éstos se convierten en los segmentos secuenciales de toda la película, video o animación. El color es muy útil para crear, en los clips, un sentido emocional que será muy importante para el flujo, la continuidad y evolución de la atmósfera de la pieza. La creación de un *animatic* se puede hacer escaneando las viñetas del guión gráfico y aislando los cuadros individuales. Entonces, la imagen de cada cuadro se puede editar para convertirse en una película –tipo secuencia de diapositivas– mediante

la utilización de un programa de edición de video no lineal como el *Final Cut Pro* de Apple, muy útil para fijar el ritmo y duración de los clips así como la duración final de la obra. En esta etapa, es importante incluir el audio en el proceso. Trabajar simultáneamente el audio y los elementos visuales ayuda a coordinar el tiempo y duración de las piezas (clips) en relación con la duración total de la película. Este proceso de pre-visualización podría parecer un trabajo extra pero en realidad, economiza tiempo y mejora inmensamente la calidad del producto final. Por ese motivo es uno de los pilares de la creación en los medios del tiempo, desde las narraciones interactivas -juegos de video- hasta películas de acción, animación tradicional y animación 3D e incluso, películas donde los gráficos o efectos especiales por computador, son compuestos por escenas filmadas en vivo con cámaras de video o cine. Finalmente, insisto una vez más: teniendo unas profundas raíces en los medios y técnicas tradicionales como el dibujo, la pintura y la escultura, considero que ha sido muy importante poner a prueba mis habilidades de artista y educador para producir obras de arte que puedan servir como ejemplos de clase. Como resultado de mi trabajo, hice una serie de obras que he expuesto en diversos espacios durante la elaboración de mi animación. Por último, pero no menos importante, hay algunas características que se pueden lograr trabajando con medios tradicionales y que no se obtienen a través de medios digitales. Las propiedades físicas de la textura del papel y la sensación del lápiz, permiten resultados que no son posibles con otra técnica. Trabajar en varios proyectos, me ha permitido comprender que en el proceso de combinar métodos y materiales tradicionales con las nuevas tecnologías digitales, hace posible lograr innovaciones y resultados que no se pueden obtener con el uso del computador, del "mouse" o la tableta de digitalización.



Pájaro bebedor y copa de martini  
Modelado por computador 3D



Pájaro bebedor y copa de martini  
Dibujo de trabajo

clave #3

019-97

# Reseña: La cultura DEMO en Europa –mostración y demostración en las artes digitales

Traducido por Camilo Sarmiento

Diana Mesa\*

95

## Resumen:

En los últimos años la investigación en arte se ha visto favorecida gracias a las políticas del Ministerio de la Cultura francés. En este marco, en el año 2008 la Escuela Nacional de Artes Aplicadas creó el ciclo de investigación, innovación e investigación (ENSADLab) que alberga una decena de grupos interesados en diversos campos del arte y el diseño. Una de las manifestaciones organizadas por dos de estos grupos ha sido el coloquio “DEMO - mostración y demostración en las artes digitales” que se llevó a cabo en la primavera de 2010 en la ciudad de Lille. El siguiente artículo da cuenta de este singular evento internacional que tuvo como invitado de honor al profesor del departamento de nuevos medios de la UCLA y fundador de la noción de demo, Peter Lunenfeld.

## Palabras Clave:

Demostración, Europa, objetos y prácticas digitales, cultura demo, UCLA, MIT, Mediawork, Peter Lunenfeld, exposición, demostración-performance, obras-demostradores.

\* Investigadora en arte y lenguajes, especializada en nuevos medios. Sus temas de interés giran en torno a la semiología del texto y de la imagen y en particular a los lenguajes visuales urbanos. Graduada de arte MEAT (2005) y literatura (2007), maestra en Arte y tecnologías de la imagen de la Universidad de Paris VIII (2008) e integrante del programa Lenguajes visuales de territorios urbanos: escribir la ciudad, dirigido por el diseñador Ruedi Baur y el politólogo Sebastien Thierry en la “Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs” (2008-2010). Diana prepara en este momento un proyecto de investigación sobre el Grand Paris en la “Ecole des hauts études en sciences sociales” bajo la dirección de Beatrice Fraenkel. Actualmente trabaja en el Centro de valorización de patrimonio de la Cité Internationale Universitaire de Paris y colabora en publicaciones especializadas en Francia y Colombia. Vive y trabaja en París desde octubre de 2007.

#### Abstract:

In recent years, research on art-related themes has become one of the main policies of the French Secretary of Culture. In 2008, the National School of Applied Arts created a center for research and innovation (ENSADLab), which includes a dozen of research groups interested in a variety of art and design-related fields. One of the projects organized by two of these groups is the colloquium "DEMO -showing and demonstration in digital arts," which took place in the city of Lille during Spring of 2010. This article discusses this singular international event, where Peter Lunenfeld --professor of the Department of New Media at UCLA and founder of the notion of demo-- was one of the keynote speakers.

#### Keywords:

Demonstration, Europe, objects and digital practices, demo culture, UCLA, MIT, Mediawork, Peter Lunenfeld, exhibition, demonstration-performance, works-demonstrators.

#### Resumo:

A pesquisa em arte se viu favorecida nos últimos anos como uma das principais políticas do Ministério da Cultura francês. Neste contexto, no ano 2008 a Escola Nacional de Artes Aplicadas cria o ciclo de pesquisa, inovação e investigação (ENSADLab) com uma dezena de grupos interessados em diversos campos da arte e do desenho. Uma das manifestações organizadas por dois destes grupos foi o colóquio "DEMO - monstração e demonstração nas artes digitais" que se realizou na primavera de 2010 na cidade de Lille. O seguinte artigo apresenta este singular evento internacional que teve como convidado de honra o professor do departamento de novos meios da UCLA e fundador da noção de demo, Peter Lunenfeld.

#### Palavras Chave:

Demonstração, Europa, objetos e práticas digitais, cultura demo, UCLA, MIT, Mediawork, Peter Lunenfeld, exposição, demonstração-performance, obras-demonstradores.

## Notas de un coloquio

El coloquio DEMO, organizado en el marco del Encuentro de Primavera de Ciencias Humanas y Sociales, tuvo lugar en Lille, Francia donde viajé el viernes 2 de abril. La edición 2010 tenía como tema el “SHS 2.0: Objetos y prácticas digitales”; el invitado de honor era Peter Lunenfeld (quien, también, dictó una conferencia en la ENSAD<sup>1</sup> el 6 de abril). Peter Lunenfeld es profesor del Departamento de “*Design media arts*” de UCLA y autor, entre otros de, “*The Secret War Between Downloading and Uploading*” (MIT, 2011), “*USER: InfoTechnoDemo*” (MIT, 2005) y editor en jefe de la serie *Mediawork* de MIT Press. Actualmente, es una de las principales figuras contemporáneas de la crítica, teoría e historia de los medios y la cultura digitales.

El coloquio fue organizado por dos investigadores del ENSADLab<sup>2</sup>: Samuel Bianchini, profesor titular en la Universidad de Valenciennes (Laboratorio CALHISTE<sup>3</sup>) y Jean-Paul Fourmentraux, profesor titular de Sociología en la Universidad Lille 3 (Laboratorio GERiCO<sup>4</sup>) e investigador del Centro de Sociología del trabajo y las artes (CESTA-EHESS<sup>5</sup>). El coloquio se llevó a cabo en el Estudio Nacional de Artes Contemporáneas “Le Fresnoy”. Artistas, diseñadores e ingenieros presentaron sus trabajos en torno a la noción de demo (por demostración) y a las apuestas de la investigación creativa.

Flyer del coloquio. Concepción gráfica:  
Hugo Blanzat.

97

## Publish or die - Demo or die

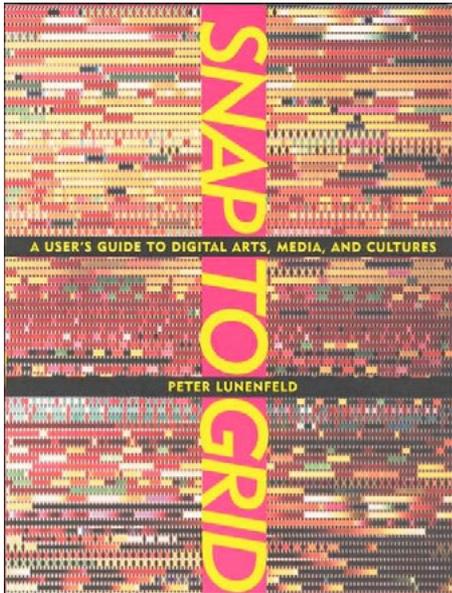
Frente a la necesidad impuesta en el campo de la investigación científica o artística, el hecho de dar a conocer públicamente una producción, las ciencias de la

<sup>1</sup> Escuela Nacional Superior de Artes Decorativas, según su sigla en francés (Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs) [N. del t.]

<sup>2</sup> Laboratorio de investigación en creación e innovación de la ENSAD [N. del t.]

<sup>3</sup> Centro de investigación en Culturas, Artes, Literatura, Historia, Sociedades y territorios extranjeros de la Universidad de Valenciennes, según su sigla en francés (Cultures, Arts, Littérature, Histoire, Sociétés et Territoires Etrangers) [N. del t.]

<sup>4</sup> Grupo de Estudios e Investigación interdisciplinaria en Información y Comunicación de la Universidad de Lille 3, según su sigla en francés (Groupe d'Etudes et de Recherche Interdisciplinaire en Information et Communication) [N. del t.]



Lunenfeld, Peter. *Snap to grid: a user's guide to digital arts, media, and cultures*. Cambridge Mass.: MIT, 2000. Print.

ingeniería han respondido a este imperativo mediante la creación de *demostradores* que los investigadores mismos ponen a prueba en tiempo real ante el público. Las artes visuales por su parte, han recurrido desde siempre a la *exposición* para lograr que el público participe de la obra y haga de ésta una experiencia propia. Entre demostración y mostración, las preguntas se multiplican para el caso de las artes digitales en el cruce entre las ciencias y las artes. ¿Es posible valorar las obras sin valorar su soporte tecnológico? ¿Se puede demostrar sin mostrar previamente?

Hace 10 años, Peter Lunenfeld propuso una respuesta alternativa para las artes digitales según la cual, la demostración operada por el creador podía unirse al campo del *performance* artístico. En su célebre ensayo "*Demo or die*" Lunenfeld elevó dicha alternativa al

rango de teoría constitutiva de la *cultura Demo*.

Dado que el profesor Lunenfeld se convirtió en responsable de la identificación y la definición de la noción de demo en el campo de la investigación en medios y diseño, el coloquio se constituyó en una especie de homenaje y presentó una muestra de la cultura *Demo* en Europa (Francia, Países Bajos, Inglaterra, Alemania) influenciada por su obra. El coloquio propuso un enfoque práctico a las conferencias desde la perspectiva de "*demostraciones-performances*" así como de "*obras-demostradores*".

## Next nature: gente, tecnología y naturaleza

En la primera conferencia, *Next nature: gente, tecnología y naturaleza*, Koert Van Mensvoort, profesor en el Departamento de Diseño Industrial de la Universidad de Tecnología de Eindhoven, expuso el proyecto *Next Nature* a través de una argumentación primordialmente visual. Van Mensvoort reconstruyó un trabajo de investigación en torno a la variada noción de naturaleza. En una época donde los niños conocen mejor los logotipos de las empresas que las especies de árboles o pájaros

<sup>5</sup>. Centre du Sociologie du Travail et des Arts. Pertenece a la Escuela de Altos Estudios de Ciencias Sociales (EHESS, École des hautes études en sciences sociales) [N. del t.]



Imagen 1. Conferencia *Next Nature* : gente, tecnología y naturaleza. Antoine Villeret. Abril 2010.



Imagen 2. Conferencia *Next Nature* : gente, tecnología y naturaleza. Antoine Villeret. Abril 2010.



Imagen 3. Conferencia *Next Nature* : gente, tecnología y naturaleza. Antoine Villeret. Abril 2010.

que habitan nuestro planeta, el autor presentó un panorama de la noción actual de naturaleza producida por las diversas manifestaciones de la cultura visual contemporánea. ¿Cómo se volvió el producto Naturaleza™ uno de los más grandes éxitos de nuestra época? ¿Los diseños que concebimos terminan por concebirnos? ¿Cuáles son los peligros potenciales de lo que el autor llama el “marketing biométrico”<sup>6</sup>? El interés que suscita Van Mensvoort por la pregunta sobre la noción de naturaleza, se afirmó en la relación muy particular entre naturaleza y cultura que la sociedad holandesa percibe tradicionalmente como consecuencia de su lucha histórica por domesticar las aguas. Para terminar, el autor afirmó que “la naturaleza cambia con nosotros, y por eso necesitamos estudiar cómo podemos concebir, construir y vivir en la naturaleza creada por el hombre”.

La segunda conferencia fue impartida por Jean-Louis Boissier, artista, profesor de la Universidad de París 8 y del ENSADLab (Formas de la Movilidad y Dispositivos Relacionales: instalaciones interactivas) y director del grupo de investigación *Estética de los nuevos medios*.

100

Su intervención buscaba situar la noción de demo en la historia del arte contemporáneo. Para comenzar, afirmó que “los artistas muestran las obras y le corresponde al público demostrarlas”. Luego, precisó la etimología de la palabra *demonstración*, haciendo énfasis en la connotación del prefijo *-de-* y la doble connotación de *-separación* o *terminación* (“desconectar”) - e intensidad o refuerzo de la acción en este caso, del verbo “mostrar”. Por último, repasó la presencia de la demo en el arte contemporáneo de las últimas décadas. Al lado de Jean-Luc Godard, Matt Mullican, Woody Vasulka, Jeffrey Shaw, el mismo Boissier contribuyó en el desarrollo de esta noción de demo y lo sigue haciendo señalando este aspecto en la exposición que se llevó a cabo en las instalaciones tituladas “Le Fresnoy”: *Dos eternidades próximas* de Thierry Kuntzel y Bill Viola.

Una presentación especialmente interesante fue del artista Heiko Hansen por el colectivo HeHe quien expuso dos proyectos emblemáticos de la estética del desplazamiento: *Siren Shield v1.0* (2009), un programa de vigilancia personal, verdadero contador que “vigila” la actividad sonora de las sirenas de la policía de París y el *Tapete volador* (2005), un dispositivo de transporte inspirado en las abandonadas vías de ferrocarril similares a las que rodean París y su necesidad de reapropiación.

Más adelante intervino Atau Tanaka, artista y profesor de la cátedra *Digital Me-*

<sup>6</sup> El autor definió el *bio-marketing* presentando ejemplos de la noción de naturaleza presente en los medios de comunicación y publicidad como forma estética, de la promoción de un sentimiento supuestamente “natural”, del etiquetado del respeto al medio ambiente (*eco-friendly*) y de la fabricación natural (*naturally-made*)



Imagen 4. Segunda conferencia: Jean-Louis Boisser. Antoine Villeret. Abril 2010.



Imagen 5. Tercera conferencia: Heiko Hansen. Antoine Villeret. Abril 2010.



Imagen 6. Cuarta conferencia: Atau Tanaka. Antoine Villeret. Abril 2010.



Imagen 7. Quinta conferencia: Laurent Grisoni, Antoine Villeret. Abril 2010.



Imagen 8. Sexta conferencia: Thierry Dutoit, Antoine Villeret. Abril 2010.



Imagen 9. Séptima conferencia: Étienne Cliquet, Antoine Villeret. Abril 2010.

<sup>7</sup> Grupo interdisciplinar de investigación de la Universidad de Newcastle [N. del t.]

dia en la Universidad de Newcastle y director del *Culture Lab*<sup>8</sup>. En su conferencia, Tanaka expuso diversos proyectos realizados en el laboratorio *Sony Computer Science* en París y su trabajo actual en el *Culture Lab* en Newcastle. En *Sony*, presentó junto con Petra Gameinboeck, la exposición “*Deriva pura, la ciudad como un instrumento*” (*Net\_Derive*, 2006) realizada con la colaboración de Ali Momeni en la galería *Maison Rouge* de París. En esta obra articuló la utilización de *media live* -“computadores de vestir”- (*wearable computers*) con la geolocalización y se apoyó conceptualmente en la noción de deriva de los situacionistas. Invitaba a los espectadores a utilizar una bufanda provista de sensores y un iPod que les permitía hacer un recorrido por los alrededores de la galería proyectando, en tiempo real, todos los datos adquiridos durante el recorrido. Desde el año 2007, el profesor Tanaka integró el grupo de investigación *Culture Lab*, donde se llevan a cabo diferentes proyectos financiados por el Estado tal como *Dry Run* (2009), una versión de *Deriva pura* creada para la maratón Great North Run, así como proyectos de integración social a través de la economía digital.

Laurent Grisoni, profesor de informática en la Universidad de Lille 1 y del Politécnico de Lille, presentó su grupo de investigación pluridisciplinario y las reflexiones sobre la práctica de la investigación en informática. Grisoni enfatizó sobre la necesidad de la demo para que los investigadores en ciencias tomen en cuenta la visión del usuario en el momento de concebir interfaces gráficas puesto que cada visión depende la una de la otra beneficiándose mutuamente.

También intervino Mieke Gerritzen, directora del Graphic Design Museum de Breda y antigua directora del Sandberg Institute de Amsterdam y la diseñadora gráfica de las principales publicaciones de Peter Lunenfeld. Especialista en cultura visual, Gerritzen trabaja la tipografía, el análisis de logotipos y la reutilización de elementos visuales presentados en el espacio público. Al lado de Van Mensvoort trabajaron en diferentes proyectos, por lo tanto, la mayoría de los postulados presentados complementaron, confirmaron y permitieron comprender con mayor claridad los del diseñador holandés. Durante su conferencia presentó algunos fragmentos de sus obras: *Slogonomics y Beautiful world* (2006), entre otras. Con el profesor Geert Lovink, Gerritzen publicó recientemente el libro *Everyone is a designer in the Age of Social Media* (2010), una actualización del clásico manifiesto de la economía del diseño del mismo nombre, publicado en 2001, *Everyone is a designer!* en donde se enfatiza el fenómeno de la democratización del diseño. Diez años después, Gerritzen y Lovink parecen confirmar que su hipótesis se está validando en la actualidad con el surgimiento y auge de las redes sociales.

<sup>8</sup>. Grupo de investigación de la Facultad Politécnica de Mons (FPM) en Teoría de los Circuitos y Tratamiento de la Señal, según su sigla en francés (Théorie des Circuits et Traitement du Signal) [N. del t.]

El profesor e investigador del TCTS Lab<sup>8</sup> Thierry Dutoit de la Facultad Politécnica de Mons (FPMs) y coordinador científico de NUMEDIART -programa de investigación sobre las tecnologías digitales para las artes- con su grupo de trabajo unieron sus esfuerzos para promover la capital cultural valona y convertirla en capital europea de la cultura en 2015. Dutoit expuso tres proyectos de desarrollo que responden a las tres apuestas del laboratorio *Numediart: Navegación hipermedia, Bodymotion* y *Lutherie digital*. Fue especialmente interesante el proyecto de creación de un sistema de navegación de contenido multimedia (fotos o de video) que organiza el contenido de las bases de datos de acuerdo con la forma, color o textura, un acercamiento basado en el contenido y no en la clasificación previa de datos de la colección. La aplicación, denominada *Media Cycle* fue utilizada para la exposición de varios tipos de danza: *Dansers!*

El artista Étienne Cliquet creador de la noción de *estética por defecto*, miembro del colectivo Teleférico y precursor de la demo en Francia, ofreció una conferencia sobre la demo como forma artística. La exposición fue muy emotiva debido a la estrecha relación a distancia entre el artista y Peter Lunenfeld.

Para concluir el evento, Peter Lunenfeld ofreció una conferencia, *Demo n.0*, sobre la *demo-cultura* contemporánea. Conmovido por el reconocimiento que los invitados hicieron de su trabajo, Lunenfeld comenzó por recordar que la noción de *Demo or die* expuesta en su libro *Snap to grid* 10 años atrás, fue originalmente pronunciada por Nicolás Negroponte, director en ese entonces del *MIT Media Lab*, con el fin de modificar el eslogan académico *publish or perish*. Negroponte invitó a los investigadores a experimentar las cosas por el hecho de demostrarlas: *demo, demo, demo*. Lunenfeld también recordó que, la noción de demo proveniente de la informática, no le servía forzosamente a la estética sino para probar y mejorar.

Durante su intervención, reconstruyó la historia de la demo y la dividió en tres periodos: *demo 1.0*, *demo 2.0* y la noción venidera llamada *n.0*, una combinación de las anteriores. En la primera parte, se presentó como ejemplo el trabajo *Extended arm* (1997) de Stelarc "madre de todas las demos". Un performance de 4 horas en Avignon permitió a los espectadores deambular por la galería mientras el artista interactuaba a través de una prótesis ligada a su brazo izquierdo y activada por 8 canales de estimulación muscular que permitían un alto grado de realismo. Los sonidos del dispositivo se amplificaban y se utilizaban para sintetizar nuevos sonidos contribuyendo así a la integración del dispositivo al ritmo del performance. La *demo 1.0* estaba relacionada principalmente, con la tradición del espectáculo y la

sorpresa producida por un mago.

La *demo 2.0*, relacionada con la noción de simulacro de la demo, fue expuesta a través del proyecto *Happiness hat* (2009) de Lauren MacCarthy, su alumna en la UCLA. El video explicaba el funcionamiento de un gorro dotado de un dispositivo capaz de detectar la ausencia de sonrisa en la persona que lo utiliza y activar un objeto punzante que lo agredía en la nuca para recordarle que debe sonreír. El video tuvo un gran éxito en los diferentes soportes de internet: blogs, youtube, etc. Sin embargo, Lunenfeld admitió no haber visto a su estudiante utilizando el gorro. Este ejemplo le permitió hablar de la distancia que existe entre la *demo* como obra artística-tecnológica y la *demo* como soporte publicitario. El trabajo de *Happiness hat* es la representación de la demostración y también su propia simulación. El maestro de este tipo de *demo*, según el profesor Lunenfeld, es Steve Jobs: la primera vez como demo, la segunda como farsa.

De acuerdo con Peter Lunenfeld, vivimos en la época 2.0 de la *demo* donde reina la impredecibilidad de la respuesta del público. El ejemplo categórico es Facebook, una especie de *demo* identidad formateado por una plantilla que obliga al público a pedirle al diseño una cosa que funcione para darle a cambio su adaptabilidad. La utilización extendida de plantillas o diseños predeterminados en casi todos los soportes de internet, paralelamente con la noción de *DIY* (Do It Yourself), modela lo que Lunenfeld llama “el pensamiento de la plantilla”, citando el ensayo de Dmitri Siegel *Designing our own graves*(2006). De esta manera, Lunenfeld enuncia los posibles peligros de la democratización del diseño y la necesidad de una reflexión exhaustiva sobre el lugar del diseño en la época de los diseños pre-determinados.

Como alternativa para superar esta época 2.0, Lunenfeld propone contextualizar el discurso de los hacedores (*makers*) mediante la fusión de la teoría y del conocimiento empírico en forma de un discurso meta-lógico, sensible, generativo, dialógico y ecléctico. La *demo n.0* que finalmente propone el profesor de UCLA es más abierta y apela a la apropiación de la técnica, como en el ejemplo de *webtake* realizado por Scott MacClaud. La propuesta del profesor Lunenfeld, 10 años después, apela a la utilización de todos los medios -incluido el texto- pues en un mundo transmediático, la escritura no es más que iteración al igual que el video, los performances e incluso las presentaciones como la que Lunenfeld, ofrecía en ese momento preciso en Francia y el texto que usted está terminando de leer en este instante.



## dvd clave #3 019-97

El tercer DVD Clave 019-97 contiene una animación de Diana Mesa y cuatro trabajos seleccionados entre los proyectos finales presentados por los alumnos de la Especialización en Creación Multimedia del Departamento de Arte de la Universidad de los Andes de la IX promoción.

Las escrituras de la voz 1  
Diana Mesa

Gracias a Dios por este desastre natural 2  
Miguel Tejada

Lukas: una aventura bíblica 3  
Arnoby Álvarez  
Andrea Borda  
John Jairo Marcelo  
Daniel Poveda  
Omar Pico

Territorio Minado 4  
Nicolás Camacho  
Diego Andrés López  
Francisco Ramírez  
Catalina Ramírez

VIVEIH 5  
Leonar Steve Alvarez  
Jose Mario Alzate  
Diana Marcela Caicedo  
Alberto Rocha



## Agradecimientos

Carolina Franco  
Directora del Departamento de Arte  
Universidad de los Andes

Santiago Echeverry  
Carolina Mazo



