CinematicVideography:

Transformaciones y tránsitos de los procesos de creación y consumo de imagen digital en formato Reel de Instagram.

Juan Manuel Correa Patiño

Trabajo de investigación - creación presentado para optar al título de Magíster en Creación y Estudios Audiovisuales

Asesor:

Dr. Carlos Mario Jaramillo Ramírez

Universidad de Antioquia

Facultad de Comunicaciones y Filología

Maestría en Creación y Estudios Audiovisuales

Medellín, Antioquia, Colombia

2025

Cita	(Correa Patiño, 2025)
Referencia **Estilo APA 7 (2020)**	Correa Patiño Juan M. (2025). *CinematicVideography: Transformaciones y tránsitos de los procesos de creación y consumo de imagen digital en formato Reel de Instagram.* [Tesis de maestría]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.



Maestría en Creación y Estudios Audiovisuales , Cohorte III.

Biblioteca Carlos Gaviria Díaz

Repositorio Institucional: http://bibliotecadigital.udea.edu.co

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

2.1. TABLA DE CONTENIDOS:

1. Portada

2. Tabla de contenidos

1. Tabla de contenidos
2. Tabla de ilustraciones

3. Introducción

1. Resumen
2. Objetivos
3. Planteamiento del tema con pregunta de investigación

4. Marco Conceptual: Antecedentes, reflexiones teóricas, referentes audiovisuales

1. Las imágenes como forma de relacionamiento con el mundo: Planteamientos y reflexiones sobre la imagen digital.
2. #Cinematicvideography: Hashtags y lo incategorizable.
3. Reels: Referentes en los que destacan giros estéticos y expresivos de la imagen audiovisual en contextos digitales y de redes sociales.
4. Recopilación de experimentaciones audiovisuales.
5. Contextualizaciones de lo visual: Umbrales entre técnica y expresión en la estética visual del formato Reel.
6. Aproximaciones a una cultura de lo popular desde las redes: Youtuber e Instagramer Jose M.

5. Memoria y dinámicas del proceso creativo.

1. Aquemini.
2. Reel 1: Will he Diálogos sobre la estetización y la intencionalidad
3. Reel 2: Viejos El InstaFlaneur y las preguntas de afirmación sobre el entorno.
4. Reel 3: Parqués: Emulación de lo cinematográfico.
5. Reel 4: La Cancha y Daft Punk-Creación en el montaje.
6. Reel 5: Conectarse para consumir: una reinterpretación de “lo feo”.
7. Reel 6: Medellín y metro: Ópticas móviles, la creación por medio de celular y los tiempos muertos.

6. Resultados y logros de la investigación

a. Capítulo 1: Herramientas de creación de imagen audiovisual en entornos digitales mediante elaboración de Reels

1. El uso de herramientas de creación de imagen audiovisual para la elaboración de Reels.
2. La preproducción o el comienzo: Conceptualizar para crear.
3. Cambiando la orientación: Composición horizontal vs vertical
4. Valor a lo imperfecto.
5. Adecuando la edición.
6. El origen de las imágenes para formatos de redes sociales puede venir de todos lados, desde una Red Dragon hasta un Nintendo DS.
7. Música y visualidad.

b. Capítulo 2: Pactos estéticos de la imagen audiovisual en formato Reel

1. La estética “extendida” o post estética del Reel, los estudios visuales llevados a las redes sociales.
2. La agencia del gusto, el algoritmo y las preocupaciones generacionales.

c. Capítulo 3: Maneras de uso y consumo de imágenes audiovisuales en formato Reel
1. El Instaflaneur.
2. Tendencias de consumo y modos de Interacción.

7. Conclusiones
8. Aportes al campo del saber
9. Referencias bibliográficas, audiovisuales y otras
10. Anexos: Productos de creación

2.2 TABLA DE ILUSTRACIONES

Figura 1 QR Tendencia “I´m Just a Kid de Simple Plan”…… 27
Figura 2 Entorno referente 1 Going Back In Time - Moses Aurelius……..... 28
Figura 3 Qr Referente 1 Going Back In Time - Moses Aurelius……... 28
Figura 4 Entorno referente 2 Lost in Tokyo- Jazziesllona……. 30
Figura 5 Qr Referente 2 Lost in Tokyo- Jazziesllona……..... 30
Figura 6 Entorno referente 3 loneliness x solitude - Moody Visions……... 31
Figura 7 Qr Referente 3 loneliness x solitude - Moody Visions……... 32
Figura 8 Entorno referente 4 The Essence of night – Ruben Barkhuizen…….. 33
Figura 9 Qr Referente 4 The Essence of night – Ruben Barkhuizen……. 33
Figura 10 Entorno referente 5 The Art Of Waiting – Danesauruss……... 34
Figura 11 Qr Referente 5 The Art Of Waiting – Danesauruss……... 35
Figura 12 Sitio Eyecandy……... 37
Figura 13 Perfil de Instagram de Eyecandy……... 38
Figura 14 Selección planos Absence…… 40
Figura 15 Perfil de YouTube, Jose m…… 41
Figura 16 Código QR Aquemini…… 43
Figura 17 Presentación de la página de Instagram de la llegada de los Reels en 2020……. 46
Figura 18 Código QR Reel 1: Will he…… 48
Figura 19 Comparativa de color en los Frames del Reel Will He……. 50
Figura 20 Plano final del Reel Will He…….. 51
Figura 21 Página 119 del medio es el mensaje, de Marshal McLuhan…….. 52
Figura 22 Retrato en el asilo 1……... 55
Figura 23 Retrato en el asilo 2……... 56
Figura 24 QR Primer corte viejos…….. 57
Figura 25 QR segundo corte viejos…… 58
Figura 26 QR tercer corte viejos…… 59
Figura 27 Código QR Reel 1 Viejos…….. 61
Figura 28 Frame parqués 16:9……... 62
Figura 29 Frame parqués 2.39:1…… 62
Figura 30 Frame Parqués color original……. 63
Figura 31 Frame Parqués con lut……... 63
Figura 32 Código QR Reel 3: Parqués…….. 65
Figura 33 Código QR Reel 4: Cancha y Daft Punk……... 68
Figura 34 Código QR Reel referencia @ ScreenwritingLA…….. 69
Figura 35 Entorno de edición del Reel Conectarse para Consumir……... 72
Figura 36 Código QR Reel 5: Conectarse para consumir…….. 73
Figura 37 Código QR Reel 6: Medellín y metro…… 73
Figura 38 Entorno de publicación reel colaborativa en Instagram…… 24
Figura 39 Remix de Instagram……... 79
Figura 40 Proceso lineal de producción……. 79
Figura 41 Esquema de producción de Reel…… 80
Figura 42 Reel con orientación horizontal en girado para formato vertical…….. 82
Figura 43 Reel con “barras negras”……... 83
Figura 44 Ejemplo de la estética Vaporwave…… 94
Figura 45 Fotografía Flaneur parisino……... 96
Figura 46 Estadísticas de consumo de Instagram en Colombia por Branch…….. 104

3. INTRODUCCIÓN

3.1 RESUMEN

La creación de imágenes en la contemporaneidad transita en entornos digitales que han modificado las maneras en que estas se producen, reproducen e interactúan con las personas. Esta investigación estudia el formato Reel de la red social Instagram de Meta, para explorar, en este formato de creación: alcances, límites y usos sociales de la imagen.

Las imágenes en formato Reel, son el objeto de estudio que permite en esta investigación relacionar a los usuarios, con los procesos de consumo y producción de imagen. Porque en formatos análogos, eran considerados, únicamente consumidores. Las imágenes en movimiento, en formato Reel, suscitan gran interés porque tienen una potencialidad polisémica, un acercamiento a la ambivalencia y la despreocupación por afirmar cosas. Para poder acercarse a estas inquietudes, es necesario revisar posiciones estéticas que la contemporaneidad se han expandido a campos de relacionamiento conceptual que estudian la imagen para indagar por sus posibilidades de libertad, creatividad y experimentación. Esto lleva a preguntarse por las posibilidades del formato Reel de Instagram, para transformar la noción de creación artística y de cómo esto incide en el consumo y producción de imagen en movimiento.

3.1 OBJETIVOS

Objetivo general

- Indagar por la transformación de los procesos y herramientas estéticas de creación y consumo de la imagen audiovisual en redes sociales, a través de la realización de una serie de Reels para Instagram.

Objetivos específicos

- Explorar herramientas de creación de la imagen audiovisual en entornos digitales como Instagram, mediante la elaboración de 6 Reels con diversas temáticas y estilos.
- Identificar características estéticas de la imagen audiovisual en formato Reel, en el proceso de creación de imágenes para alojar en la plataforma.
- Rastrear características del consumo de imágenes audiovisuales en formato Reel, mediante la figura del prosumidor de Instagram.

3.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las imágenes son una manera fundamental de relacionamiento con la vida. Una cualidad evocativa, referencial, más sentida que pensada. Las imágenes pueden cumplir una función más allá de su materialidad decorativa y funcionalidad aplicada, más allá de una referencia al mundo visible, incluso más que una impresión de una idea, las imágenes se conectan con nosotros en una profundidad emocional tal, que escapa al lenguaje y el pensamiento. La idea no es lo mismo que una imagen. Es por ello, que para la filosofía es importante explorar la diferencia entre imagen, apariencia y presencia, porque aporta a nuestro relacionamiento contemporáneo con el mundo digital, estrategias de estudio, que tendrá algunos recorridos en esta investigación.

Como realizador audiovisual siempre sentí que la vida se veía más interesante a través de un visor, lo que me lleva a emocionarme con la transformación de lo visible a un formato y la manera en que este proceso de selección y transformación del mundo, a un soporte visible se transfigura y tiene la posibilidad de evocar sensaciones, sugerir presencias y expresar afectos. La imagen se puede relacionar con la condición imaginativa inherente, que nos permite relacionamientos con esto que llamamos vida real.

> *"las imágenes arden, desaparecen o se consumen en su contacto con lo real."* (Didi-Huberman G. , 2018, pág. 9)

Susan Sontag atribuye una característica emotiva (o en sus palabras, dramática) al proceso fotográfico, en relación con el surrealismo:

> *"El surrealismo se encuentra en la médula misma de la empresa fotográfica: en la creación misma de un duplicado del mundo, de una realidad de segundo grado, más estrecha pero más dramática que la percibida por la visión natural."* (Sontag, 2006, pág. 81)

En cuanto a la necesidad de ser productor de imágenes, entiendo y comparto la intención de ver el mundo con una lupa más emotiva, lo que Sontag llama como *cooperación libre* entre fotógrafo y su imagen de realidad, en este caso, espacios, elementos y personas de mi cotidianidad. Un aspecto que me interesa recalcar dentro de esta idea de Sontag, es la precariedad de la intención que el productor de imágenes tiene cuando no es capaz de deshacerse de imágenes que habitan en su experiencia imaginativa. Sontag refuerza la experiencia fotográfica que hace caminar en pro del encuentro de lo fortuito, de lo azaroso, de lo imprevisto. Dentro de esta cooperación libre, nunca una fotografía será errónea, con ello no se refiere a la naturaleza mecánica del aparato fotográfico y a su precisión tecnológica, en la que yo opto por entenderlo como un pacto, que sólo por el hecho de llevarse a cabo, es exitoso.

El Reel, es un formato de video corto, que se presenta como una de las funciones de la red Social Instagram, de Meta. Esta herramienta permite a los usuarios y marcas; crear, editar, compartir y repostear videos de entre 15 segundos y 3 minutos (a fecha de marzo 2025) para ser alojados en la plataforma. Estos contenidos en formato Reel, son accesibles al tener una cuenta de Instagram,

bajo la pestaña de "Reels", la cual cuenta con un icono de claqueta, en la barra inferior de la plataforma. Según los intereses que detecte la plataforma, se adecuará un algoritmo para cada usuario, el cual proporcionará una serie de Reels con los que se puede navegar haciendo *scroll*[1] infinito, de lo contrario el video se reproducirá en *loop*. Estos contenidos tienen a su disposición todas las posibilidades de forma en la creación audiovisual y sus únicas limitantes serían el tiempo máximo 3 minutos y un peso máximo de 4GB. Temáticamente, también tienen una libertad casi absoluta.

Se puede debatir sobre las diferentes y casi infinitas intenciones que pueden llevar a los usuarios a crear un Reel, sin embargo, es oportuno desdibujar las líneas entre intención y Reel, lo que nos llevaría a entender como "exitoso" el sólo hecho de lograr que este exista, y, por consiguiente, nos lleva a cuestionar el valor de la pieza, el cual no se encuentra únicamente en su relación con el productor (que considere que sus intenciones fueron plasmadas a la perfección), sino en los posibles significados que tenga para cualquier otro espectador y no se considere que únicamente los contenidos virales, son los más relevantes. En cualquiera que sea sus condiciones de visualización del Reel, tal vez incluso contrarias o por lo menos muy diferentes de aquellas intenciones iniciales del productor, incluso abriendo la puerta a no tener una intención o significado en absoluto.

Dicha cooperación no se circunscribe únicamente a un exceso de intenciones precisas del artista, ya que el productor de las imágenes no cuenta con una intención explícita, medible en términos y conceptos. Retomando a Walter Benjamin podríamos decir que son provenientes del inconsciente óptico, que no es otra cosa que aquel imaginario visual de cada persona y un proceso misterioso de visión, incluso misterioso para el mismo productor (Benjamin, Breve historia de la fotografía, 1931). Tampoco sería correcto afirmar, que la intención se puede borrar por completo. Es innegable que la intención se verá mediada o modificada, por el proceso creativo.

Es aquí donde tomo como base para el relacionamiento con las imágenes, una idea de Sontag, no se trata de comprender el mundo por medio de las imágenes, sino más bien, de coleccionarlo:

> *"Los fotógrafos, operando dentro de los términos de la sensibilidad surrealista, insinúan la vanidad de intentar siquiera comprender el mundo y en cambio nos proponen que lo coleccionemos."* (Sontag, 2006, pág. 81)

El productor de imágenes, en los entornos digitales, transforma la función creativa del fotógrafo análogo. El soporte en papel, celuloide o en proyección que condicionó la mirada fotográfica y cinematográfica, a una apreciación y percepción estética. Ahora bien, la capacidad de ser productor de imágenes en entornos digitales se democratizó a tal punto, en que la relación entre unos pocos productores vs múltiples espectadores se ha vuelto borrosa. La creación de imagen se consideró desde Occidente, como una representación de la realidad que conllevaba con sí, una relación

[1] Se refiere a la acción de mover el contenido visible en una pantalla, ya sea hacia arriba, abajo o los lados, utilizando gestos como deslizar el dedo en dispositivos táctiles o la rueda del ratón/teclado en computadoras.

directa con la técnica y con el conocimiento, por ende, sólo accesible para aquellos con la capacidad de manejar la máquina y conocer el proceso técnico de impresión fotográfica.

En la creación de imágenes, se presenta en un sistema jerárquico y estratificado, de una manera similar a como los pueblos colonizadores europeos, consideraban como cultura a las expresiones de los pueblos subdesarrollados, por la falta de lo que consideran historia. Esta condición de superioridad permanece en la relación de artistas sobre los artesanos. Lo que nos lleva a intuir que aún prevalecen concepciones coloniales y sesgos de poder de unos productores de imagen sobre otros.

La ruptura de la jerarquía se debe, en unos tiempos en que las redes sociales y la proliferación de la tecnología, está cambiando este y muchos otros entornos, como lo había previsto Marshall McLuhan (McLuhan, 1969).

Aunque algunas voces siguen predominando en alcance a otras, las redes sociales han proporcionado a estos, antes considerados espectadores, medios también para producir, no únicamente para consumir, lo que los ha complejizado el modelo de comunicación social;–a tal punto de volverlos prosumidores. El prosumidor surge de la combinación de las palabras productor y consumidor, propuesto por Alvin Toffler en la Tercera Ola (1980). Los consumidores ya no se limitan a consumir productos o servicios pasivamente, sino que también participan activamente en su creación, diseño o personalización. Este término, aunque acuñado por Toffler en términos de mercado y sin ser usado previamente por Walter Benjamin, se puede notar como anticipa unas ideas claves con relación a esta figura, mientras hace una crítica a los autores de literatura y su papel en la lucha de clases. Citando a Treitiakov, Benjamin habla del **Escritor Operante** (1966). Principalmente advirtiendo la capacidad que tienen los autores de crear y consumir a la par, relacionado con la reproducción técnica y la noción de participantes activos en los procesos de producción. Estos procesos de producción son condicionantes directos de las relaciones sociales de cada época (1966). Esto nos permite hacer la conexión de la figura prosumidor en la era digital.

Las plataformas y redes sociales se han vuelto espacios dinámicos para crear, consumir y prosumir contenidos audiovisuales. Plataformas como Instagram y TikTok en particular, se han vuelto entornos creativos convergentes donde casi toda expresión visual y auditiva tiene cabida; a partir de la mezcla de contenidos propios: la reedición de contenidos existentes. Las plataformas integran herramientas de grabación y edición. La musicalización libre y el reposteo, han permitido a miles de usuarios visualizar y compartir sus Reels con pocos limitantes tecnológicos.

En este entorno es donde nace el *"REEL"*, entendido como un formato específicamente creado para alojarse en dichas redes sociales y cuya única característica es la corta duración, límite impuesto por las plataformas, pero que se encuentran en constante cambio, fuera de esto, se permite el uso de cualquier elemento audiovisual y libertad en términos temáticos. Este formato audiovisual también está relacionado, como todos los otros formatos de la era digital, por varios fenómenos como son: la hiperproducción de imágenes, la ubicuidad de las pantallas, los

prosumidores, las *selfies*, la circulación y viralidad, los memes, la ironía, entre otros conceptos mencionados por Juan Martín Prada. (Prada, 2018, pág. 18)

Desde mi formación como comunicador audiovisual he encontrado fenómenos interesantes sobre las posibilidades de creación y apropiación de estéticas de la imagen que amplíen la reflexión sobre el Reel y sus posibilidades expresivas en entornos diversos. Estas relaciones pueden explorarse en dichas plataformas, específicamente en los entornos que ha creado la red social de Instagram. El formato Reel, como mencioné anteriormente, se caracteriza por ser de distribución digital. Condicionantes, como la corta duración de los contenidos, han sido resueltos con la fragmentación por capítulos, aunque en la mayoría de los casos, tienen una naturaleza antológica[2]. También la imagen en movimiento en formato Reel, ha resuelto otros condicionantes específicos como por ejemplo la adaptación a los dispositivos y la condición vertical. Es fácil girar el dispositivo, un proceso adaptativo de uso que educa a los usuarios. La imagen que emite se puede girar en muchos casos y barreras de idioma disminuyen porque las plataformas tienen traducción instantánea y generación automática de subtítulos.

Las redes sociales permiten albergar muchos tipos de contenidos, donde proliferan los contenidos personales y cotidianos de los usuarios, también contenidos empresariales y generados por ***Influencers***[3], los primeros con intenciones publicitarias y comerciales. Este fenómeno ocasiona la producción desmedida de imagen poco producida, rápida y llamativa, orientada a un consumidor considerado público objetivo, específico y hábilmente caracterizado. Asunto que se amplía en gran medida en la transformación de las herramientas de edición, tanto para imagen movimiento, como para animar objetos diseñados digitalmente. Aunque se cumple el proceso de interrelación entre usuarios que comparten gustos e intereses, la relación entre las personas y las imágenes ha cambiado. No es de interés de esta investigación establecer los parámetros que definen lo que es contenido basura o contenido valioso, pero si se propone tratar de entender cómo ha cambiado el relacionamiento de los usuarios con las maneras contemporáneas de producir y transformar contenido audiovisual, con giros creativos, donde pareciera que no aplican los mismos parámetros que con la imagen análoga, el cine o la televisión. Exceptuando contenidos informativos como tutoriales, contenidos noticiosos, históricos, científicos o académicos, la gran diferencia entre los Reels y otros formatos audiovisuales cortos, es que exponen contenidos estéticamente expresivos con líneas de estilo diferenciadas, que vale la pena indagar porque permiten despreocuparse de la

[2] Significa que no guarda una relación narrativa, sino que se añade como colección.

[3] Un influencer es una persona que tiene la capacidad de influir en las decisiones de otros, principalmente a través de las redes sociales.

Los influencers se caracterizan por:

- Tener un gran número de seguidores en un nicho específico
- Interactuar activamente con sus seguidores
- Generar información sobre productos, servicios o temas de actualidad
- Tener autoridad, conocimiento, posición o relación con su audiencia

interpretación y no tener limitaciones por una intención expresiva/comunicativa explícita o concreta. En palabras de Prada:

> *"...los procesos de circulación a los que las imágenes (de internet) se han dotado de una variabilidad, mutabilidad e inestabilidad cercanas a la de las imágenes mentales. Casi tan etéreas como aquéllas, su experiencia es intensamente fugaz. Tanto su inmaterialidad como el régimen de presencias fugaces que les impone el fluir mediático les otorgarían carta de entes casi espectrales."* (Prada, 2018, pág. 126)

Esto implica tener amplias posibilidades en cuanto a la relación que se pretende de la interpretación de las realidades incluso disolviendo el pacto entre ficción y no ficción. Se intuye un acercamiento a la polivalencia, ambigüedad y multiplicidad de variaciones interpretativas, asuntos que mantienen una estrecha relación con el uso de los elementos estéticos de la imagen que explora multiplicidad de formas expresivas.

Hablar de la existencia de una estética audiovisual es ya desde un inicio problemática. Pierre Sorlin considera un enfoque interdisciplinario para comprender el proceso estético en los modos visuales. El cine es uno de estos modos, a partir de la cual propone que la experiencia audiovisual, es una experiencia post-estética. Pero ¿por qué entender el proceso audiovisual en la era digital como post-estético? Porque las concepciones tradicionales de estética clásica se quedan cortas para reflexionar lo audiovisual en entornos digitales-sociales. Se generan rupturas cuando se discute la relación entre lo expresivo de las imágenes, los juicios de valor colectivos y se entienden como una noción normativa del gusto. La concepción de que las apreciaciones sobre la imagen audiovisual sean singulares y subjetivas, imposibilita objetividad a la apreciación del audiovisual.

> *"La experiencia audiovisual es, en cambio, post-estética, parece apropiada para hacernos observar directamente cómo una búsqueda expresiva y el juicio llevado sobre esta búsqueda misma se desarrollan recíprocamente"* (Sorlin, 2016, pág. 21)

El entender la imagen en movimiento en formato Reel, implica una relación paradójica, en cuanto modifica tanto los estilos audiovisuales, como sus herramientas de análisis. Podríamos determinar el audiovisual como inconmensurable desde las mismas concepciones estéticas de otras artes y de otros tiempos. Ya desde los comienzos del cine fue complicado definir una búsqueda de lo estético, Sorlin recuerda que los primeros críticos cinematográficos, encontraron problemas para establecer una esteticidad de las piezas cinematográficas, ahora bien, este mismo problema se multiplica en la época de los formatos digitales.

El formato Reel puede parecer paradójico en las sensaciones que da sus procesos de creación. Por un lado, genera la necesidad de ser efectiva según propósitos específicos y estrictamente planeados con un fin comunicativo. Por otro lado, puede dar la sensación de tener libertad arbitraria que se desprende del sentido. Personalmente me interesa más la manera en que este formato convive con fugas o escapes al entendimiento racional y también las búsquedas cercanas a las evocaciones

emocionales en la forma. A estos campos de ampliación en la creación de imágenes en movimiento, Sorlin también las refiere también como experiencias post-estéticas porque poseen la libertad de escapar a las concepciones convencionales de belleza.

La noción de expresividad de la imagen audiovisual en formato Reel, es la capacidad o forma en que los elementos visuales se combinan para generar otras experiencias estéticas, cambiantes y causantes de múltiples reacciones emocionales o evocativas en un prosumidor. Nuestras creencias personales afectan indiscutiblemente lo que vemos y la manera en que lo interpretamos, como lo sugiere John Berger:

> *"Lo que sabemos o lo que creemos afecta al modo en que vemos las cosas. En la Edad Media, cuando los hombres creían en la existencia física del infierno, la vista del fuego significaba seguramente algo muy distinto de lo que significa hoy."* (Berger, 1972, pág. 3)

Las tendencias de consumo de imágenes, llamadas *trends* en los entornos de red, tienen la potencia de configurar creencias y gustos de las personas, debido a que cada red social es capaz de presentar al usuario etiquetas o hashtags de clasificación de consumo, que los usuarios siguen como si fuesen rutas conductuales, o manuales para navegar en entornos, que ahora son más grandes y complejos. Las redes no tienen límites geográficos, aunque algunas intenciones políticas, como la regulación de redes sociales extranjeras en China, traten de imponerlas, por ejemplo, existe un *Firewall* o cortafuegos que impide el acceso a Instagram, WhatsApp, X y YouTube, entre otras, desde el territorio chino (Resendiz, 2023). La tendencia es síntoma del cambio de creencias y el Reel, es un formato que lo evidencia, porque las creencias cambian con estéticas sociales, debido a que simultáneamente se modifican creencias y gustos colectivos.

> *"Desde una perspectiva sociológica, la creatividad no es solo un fenómeno semántico superficial, sin el centro de un catálogo de criterios sociales que se han convertido en una fuerza cada vez más determinante en las sociedades occidentales en los últimos 30 años"* (Reckwitz, 2023, pág. 5)

La paradoja de la simultaneidad de estos cambios, que se multiplican cuando los contenidos potencialmente masivos y globales, también pasa constantemente que muchos contenidos se pierden en las redes y no son visualizados, no por un problema de acceso, sino de tiempos asincrónicos, ya que los Reels siguen estando disponibles en las redes.

Una imagen en movimiento en formato Reel, amplía sus posibilidades de significación en tanto circule, se etiquete y se consuma, esto afecta su situación contextual, que originalmente ha sido geográfica. Si tomamos en consideración el entorno, como un condicionante contextual y de situación del proceso expresivo, no podemos desligarlo de su condición digital y globalizada:

> *"A través de las redes, las imágenes se mueven por contextos potencialmente infinitos en su diversidad, ofreciéndose a interpretaciones ilimitadamente variadas. La circulación*

de la imagen en la red hace de ella una entidad esencialmente polisémica y continuamente abierta a reutilizaciones y adaptaciones múltiples."

(Prada, 2018, pág. 125)

Esta investigación no desconoce la validez una perspectiva centrada en los procesos comunicativos de la imagen, que tenga pretensiones de entendimiento literal o textual, no obstante, el interés que suscitan las imágenes en movimiento de los Reels, es su calidad y potencialidad polisémica, en donde se pueden estudiar los procesos creativos de imagen, e indagar por sus posibilidades de libertad, creatividad y democracia. Esta investigación inicialmente se pregunta por las nociones de expresividad y estética que proponen autores como Prada o Sorlin, para explorar las modificaciones contemporáneas en formatos audiovisuales, específicamente en formato Reel. Preguntas que van tanto a la forma, como a las implicaciones sociales del uso de herramientas.

"El audiovisual ofrece esta singularidad de ser impalpable, al enfrentar los datos sensibles unos con otros: algunos se dejan cuantificar (altura de los sonidos, tonalidad de los colores, contrastes lumínicos) mientras que otros se rehúsan." (Sorlin, 2016, pág. 20)

En esta cita Sorlin diferencia los aspectos técnicos cuantificables y objetivos de la imagen en movimiento, que pueden ser analizados en su formalización estética, y aquellas fugas de la imagen que se dan cuando una imagen impacta a un individuo, o a un contexto social. Las primeras se analizan mediante datos cuantificables y la segunda requiere de análisis, discusión e interpretación.

Para hacer una selección de ejes temáticos o estilísticos como referentes, dentro del formato Reel en redes digitales, es seguro toparse con dificultades de definición en términos de género o contenido. Esta es una característica del formato digital y de la web. Los modos de clasificación se indagarán en la misma naturaleza digital, el uso de hashtags o etiquetas, que permitan seccionar estéticamente un estilo de Reels. Existen etiquetas que pueden referir principalmente a los aspectos cuantificables de la imagen, otros a las fugas interpretativas que estas puedan tener, pero en varios casos, como por ejemplo el de **#CinematicVideography,** se plantea un relacionamiento entre ambas, porque propone una combinación de la cinematografía como medio análogo, con el video, un medio digital. Una etiqueta como esta, propone una relación, en lo que Sorlin considera lo cuantificable, con lo interpretativo.

Surge la pregunta sobre los procesos creativos, que desde la contemporaneidad permiten indagar por las posibilidades expresivas de la imagen audiovisual en formatos de Reel, y el impacto que sobre la creatividad social tiene la imagen, en el relacionamiento de los usuarios. ***¿De qué manera el formato Reel de Instagram, puede transformar la noción de creación artística y cómo esto incide en la producción y consumo de imagen en movimiento?***

Esta investigación, asume creación audiovisual como proceso creativo y como lugar de análisis, a través de la experimentación y el proceso de realización y publicación. Con la finalidad de revisar

la conexión entre los usos y consumos audiovisuales con los discursos estéticos de la imagen audiovisual en formato Reel desde la singularidad del realizador y su impacto en la estética social.

Es innegable que las tecnologías, han modificado la manera en que los usuarios se relacionan con estos contenidos y entre los mismos usuarios. Esto no es un descubrimiento nuevo, pero lleva a cuestionamientos diferentes, porque esas relaciones cambiantes lo hacen por medio de estos formatos. Por esto, más que acercarse a un manual de procesos técnicos audiovisuales, se busca realizar un diálogo sobre la cambiante naturaleza de los procesos creativos de las imágenes en formato Reel. Para esto es necesario transitar las maneras antropológicas y comunicativas de ver, y plantearse recorridos de otras maneras de entender los fenómenos audiovisuales que el uso de tecnologías contemporáneas ha provocado, que no por incomprensibles, signifique que no existan.

4. MARCO CONCEPTUAL: ANTECEDENTES, REFLEXIONES TEÓRICAS, REFERENTES AUDIOVISUALES

4.1. Las imágenes como forma de relacionamiento con el mundo: Planteamientos y reflexiones sobre la imagen digital.

> *"Las imágenes forman parte de lo que los pobres mortales se inventan para registrar sus temblores (de deseo o de temor) y sus propias consumaciones."*. (Didi-Huberman G. , 2018, pág. 3)

Uno de los textos que mejor ilustran el entendimiento de imágenes y su relación con las personas, ha sido el de Georges Didi-Huberman, ***Cuando las imágenes tocan lo real***. El autor comenta la dimensión referente al pensamiento mediante imágenes. Esta relación no suele ser tan clara, como igualmente pueden ser interpretadas las relaciones entre el lenguaje y el pensamiento, Didi-Huberman reconoce diferentes umbrales entre imagen y pensamiento y lenguaje e imagen; este relacionamiento que es indeterminado siempre estará presente. En la obra de Didi-Huberman prevalece un recorrido histórico que detalla el entendimiento cambiante de la relación entre pensamiento, registro e imagen, y que puede dar luces para entender las imágenes desde una potencialidad más allá de lo plástico y funcional, acercando su interpretación a maneras de entender las sensaciones causadas por el mundo visible, o las impresiones de este. Las imágenes son muestras de realidad y de tiempo vuelta objeto plástico, plasmado, quieto, o en palabras del mismo Didi-Huberman, las cenizas que quedan cuando la realidad se inflama y se consume, eso son las imágenes. (Didi-Huberman G. , 2018, pág. 3)

Tarkovski en su comentadísimo ***Esculpir el tiempo*** (Tarkovski, 2002), hace referencia a como las *"tomas"*, que entenderemos como las imágenes, tienen la imposibilidad de ser arbitrarias y que más bien son una manera de estructurar y ordenar de manera consciente la vida. Es necesario complementar esta perspectiva fílmica de Tarkovski, con el pensamiento fotográfico de Sontag, de que los productores de imágenes no necesariamente buscan estructurar de manera consciente la vida, sino más bien, que buscan coleccionar una cantidad de referentes visuales que se vuelven un proceso de acumulación que nos relaciona con todo aquello externo a nosotros, en este orden de ideas se podría intuir que la perspectiva de la realización cinematográfica se ubica históricamente en la creación de consciencia, mientras que la imagen fotográfica, nos acerca con mayor crudeza a la evocación de sensaciones, que no siempre se manejan de manera consciente como realidad y por lo tanto, entran a nuestra experiencia de manera arbitraria, como dice Sontag, a la manera de una colección.

Según Tarkovski, el cine refleja una parte concreta de la vida que no siempre ha comprendido el mundo y que ningún otro arte ha podido expresar, no obstante en la producción contemporánea de imagen digital, la multiplicidad de soportes y la infinita posibilidad de interacciones, reflejan otras formas concretas de la vida, que ya no se pueden concentrar en una sola forma de producción artística, como lo creía Tarkovski; hoy, en el siglo XXI, otras artes pueden superar al cine en su

posibilidad expresiva específica. Por ejemplo, la música en muchas ocasiones puede ser una herramienta para expresar nociones emotivas en plataformas audiovisuales y de la cual el cine ha tomado convenientemente esa posibilidad evocativa emocional. De igual manera, los videojuegos y la realidad aumentada, se volvieron lugares donde la expresividad se basa en la interacción.

En la perspectiva fílmica, concebir el arte como una expresión de los problemas profundos de nuestros tiempos implica una relación especial entre arte y lo estético, porque la imagen en movimiento se sitúa en un territorio y en él da cuenta de sus condiciones para que sea posible interpretar sus transformaciones. Es menester, para buscar una manera de entender el arte y la estética en contextos digitales, romper muchos paradigmas estructurales sobre los procesos artísticos y comunicativos. Tendríamos que remitirnos a entender la *episteme* de la investigación y del conocimiento mismo, como ese proceso que comprende a un sujeto que mediante la aplicación metodológica se acerca a un objeto fenomenológico que se encuentra por fuera del sujeto. Esta postura se queda corta al acercarse a fenómenos sociales que están cambiando radicalmente las maneras de relacionamiento de las personas. Por eso, es necesario enfrentarse al arte desde la naturaleza expresiva de los seres humanos, que, valiéndose de diversos medios, cuestiona, sugiere o evoca, las pulsiones más profundas o superficiales de las personas, y en ello descubrir lo estético, no como una definición entre lo que es bello y lo que no, sino como los elementos visuales que estimulan estas pulsiones, porque habitan colectivamente en la sociedad.

Es problemático comprender estos fenómenos por fuera de las personas, sin embargo, es necesario reconocer que son de naturaleza infinita, en cuanto a las posibilidades expresivas que pueden permutar constantemente y conllevar a relacionamientos diversos. Según algunas ideas de Didi-Huberman en Cuando las imágenes tocan lo real, podría decirse que las imágenes son uno de los vehículos que permiten contener las experiencias fenomenológicas de los humanos desde puntos de vista estéticos, sociales, poéticos o políticos, por eso, en esencia son un referente de la realidad humana. Y aunque esto pueda tomarse como algo referente únicamente a la "realidad" en el sentido más amplio de la palabra, aquí también tiene cabida lo fantástico y la imaginación como parte fundamental de la vida de las personas y de su manera de relacionarse con el mundo. Podría decirse que el arte es un proceso que vuelve la imaginación individual en una obra singular que puede relacionarse con otras personas y con el mundo. El arte y en este caso las imágenes, son ese puente que conecta a las personas, no sólo en la consciencia sino también en la evocación que siendo concreta es limitada. La imagen suspende al arte por la imposibilidad del método, sólo se pueden seguir procedimientos como algo oportuno. La evocación es alcanzable justamente porque instaura un proceso performático. La imagen siempre será una medida visual que pasa por ojos distintos y se relaciona con diversas realidades.

El registro "cinematográfico" puede ser un calificativo que le demos a la representación de una duda o cuestionamiento de lo visible, vuelto imagen, pieza o soporte, pero con un componente estético o estilizado que lo diferencia de otro tipo de representaciones y que se puede entender, de manera aún mucho más marcada en los tiempos de la era digital, donde aparentemente puede tener más cabida la respuesta sensorial y afectiva a lo estético, que a conclusiones racionales de este. No

se trata de una crítica esta forma de realidad, se trata de la manera en que esto transforma la relación del productor de imágenes con ellas, puesto que ahora los prosumidores y consumidores (los segundos, son usuarios que consumen pero no producen contenido para la plataforma, esta también es una manera de usar la plataforma) tienen una lupa distinta y no necesariamente el pacto de entendimiento puede hacerse bajo las concepciones clásicas de la comunicación, la que pretenda que todo sea objetivamente entendible, como sucede en algunos formatos televisivos. Estas dudas o cuestionamientos hacia el mundo pueden ser difíciles de caracterizar dentro del lenguaje, y aquí podemos ver que las imágenes no necesariamente tienen contraparte escrita. Todos hemos vivido momentos en que, al ver una imagen, o cualquier tipo de arte, nos sentimos inundados por una sensación profunda de algo incomprensible, inconmensurable desde el lenguaje, la imposibilidad de poner en términos, conceptos o palabras lo que esta imagen genera en nosotros, pero que innegablemente, nos conmueve. Más relevante aún, el hecho de que está conversando con la sensibilidad más profunda de nosotros como espectadores y nos inspira como prosumidores a elevar esa sensación por medio de la creación de otras exploraciones.

Volviendo a Didi-Huberman, su definición de las imágenes puede servir como un punto de partida importante para esta discusión. Según él, las imágenes pueden considerarse como pequeños fragmentos de tiempo en un soporte plástico-material-tecnológico que es posible espectar (Didi-Huberman G. , 2018, pág. 9). Esto se podría decir tanto de imágenes fijas, como imágenes en movimiento y en este sentido, existe la posibilidad de entender "algo" de las imágenes que vemos, independientemente de su condición técnica, que no hace alusión a definir aquello que se quiera determinar cómo "real", sino que sería más acertado decir, que conlleva a una insinuación o una provocación en una selección contextual en tiempo y espacio. Si las imágenes fijas, seleccionan en el tiempo un instante, las imágenes en movimiento referencian al transcurrir.

Podríamos discutir la existencia de una manera específica de codificar y entender los estímulos visuales, y esto justamente es a lo que muchos otros teóricos han llamado **Lenguaje Cinematográfico o Visual**, pero esto trae consigo un problema de objetivación, referente a los procesos comunicativos en donde se ha instrumentalizado a la semiótica, para codificar razones de entendimiento, no obstante, signos y símbolos, en un entramado de relaciones, configuran un sistema que en lo visual, está determinado por la singularidad territorial y situada del usuario o prosumidor, es por ello que estos sistemas se vuelven interesantes en la producción de imagen en movimiento en formatos digitales, que como plantea Juan Martin Prada, se debe interpretar en el territorio específico de su producción, es decir, del internet.

El lenguaje tiene la condición de provocar acuerdos de sentido y no siempre puede escapar de la ambivalencia. La búsqueda de un sentido absoluto de lo visto, desde el lenguaje cinematográfico o visual, es problemático. Aunque aparentemente pueda ser posible, en sentidos de expresión didáctica, siempre terminará siendo un sentido condicionado por la experiencia, contexto y el pensamiento del individuo, que irónicamente, se vuelve aún más ambiguo en las redes sociales.

Didi-Huberman comenta que, a lo largo de la historia, hemos diversificado esta codificación a puntos muy altos, muy estudiados, muy comentados, pero siempre teniendo presente la relación de las imágenes con la imaginación mediante una cita de Baudelaire.

> *"la imaginación es esa facultad que primero percibe las relaciones íntimas y secretas de las cosas, las correspondencias y las analogías, de manera que un sabio sin imaginación ya sólo parece un falso sabio, o por lo menos un sabio incompleto.*"
>
> (Didi-Huberman G. , 2018, pág. 2)

¿La imagen es un contacto con lo real o sólo una manera de referenciar visualmente conceptos? En el caso de la fotografía, creo que es una mezcla de ambas y que una no puede funcionar sin la otra.

> *"La fotografía inevitablemente conlleva una determinada condescendencia a la realidad. De estar «allá fuera», el mundo pasa a estar «dentro» de las fotografías."* (Sontag, 2006, pág. 19)

Siempre habrá una condición sobre la manera en que percibimos las imágenes, este será un proceso pocas veces predecible, y que, en las imágenes más cargadas, nos traerá referencias, estas incluso comprensibles desde una sinestesia. Pero ¿es este proceso una revelación unívocamente de la verdad de esa realidad representada? En un sentido muy inexacto, tal vez, pues hace referencia a una realidad y verdad limitada, una realidad que marca sus límites dentro de la misma obra. Este pacto de construcción de realidad ahora más que nunca se construye desde el proceso de visualización del Reel por parte de los prosumidores, más que en las intenciones del autor, y esta construcción en ningún momento se vuelve estática o determinada. La realidad del Reel se vuelve inconclusa y se rehace con cada lector y cada prosumidor, más allá de las condiciones contextuales del espectador, encontramos un nuevo condicionante. Se trata de la **profundidad de lectura del prosumidor**, aunque en redes sociales, debido a la cantidad de contenidos y estímulos diversos, puede prevalecer una lectura muy superficial de los estímulos, puede incluso existir (y es un caso bastante común) lecturas mucho más profundas y con alcances mucho más grandes que las pretendidas por el autor. Cuando se visibiliza un tema con connotaciones universales, pero se pone una lupa desde la experiencia personal, entra en diálogo también las referencias que tocan lo personal, condicionadas por ideologías, cosmovisiones, credos, etc. Esto puede conllevar a cientos, sino miles de sentidos puestos en la imagen. Por esto Didi-Huberman resuelve la imagen como un instante de la forma, la imagen arde en su contacto con lo real, se inflama, nos consume y las cenizas que deja, son las que codificamos en un proceso personal.

> *"...podemos proponer esta hipótesis de que la imagen arde en su contacto con lo real. Se inflama, nos consume a su vez"*
>
> (Didi-Huberman G. , 2018, pág. 1)

La imagen no es sólo un soporte, un marco, ni los límites de una realidad seleccionada, sino que hace parte de cómo codificamos el mundo. Estamos hablamos entonces de esa "imagen" entendiéndola como esa idea referencial y visible o imaginable sobre algo, que llega al pensamiento referida por algún estímulo del mundo y que lleva a "orientarse en la imagen" dentro de la memoria.

> *"Nunca la imagen se ha impuesto con tanta fuerza en nuestro universo estético, técnico, cotidiano, político, histórico. Nunca ha mostrado tantas verdades tan crudas; nunca, sin embargo, nos ha mentido tanto solicitando nuestra credulidad; nunca ha proliferado tanto y nunca ha sufrido tanta censura y destrucción."*
>
> (Didi-Huberman G. , 2018, pág. 2)

¿Puede argumentarse de alguna manera que la imagen alcanza (o supera) a los términos y las palabras en el entendimiento del mundo? No, pero esto no la relega como una manera de relacionarse inferior, sino distinta, pero ¿qué pasa con aquellas cosas que no son visuales en nuestra mente? Términos específicos que terminan sí o sí, por volverse un sistema de entendimiento relacional, condicionado por nuestro pasado y nuestra historia. Didi-Huberman concluye que las imágenes, con la misma variedad de su naturaleza y técnica; tienen igual cantidad de maneras de ser entendidas (Didi-Huberman G. , 2018). En este punto, es importante mencionar a McLuhan, entendiendo que estos condicionantes cambiantes son fruto del avance tecnológico y de la proliferación de la técnica; parafraseando sus palabras: si el conocimiento se instauró por medio de la tecnología de la escritura, el lápiz la democratizó (1969). Cuando todos ya tenían acceso a la técnica y a la tecnología, algo similar pasa cuando cada persona puede contar con una herramienta que le permite ver, grabar, editar y publicar imágenes de manera ilimitada en sus bolsillos. Aquí podemos encontrar un giro ontológico de la imagen, donde las líneas metodológicas se diversifican, las intenciones autorales se vuelven borrosas y los agenciamientos cada vez son menos comprensibles con herramientas lingüísticas, más bien se aventuran con herramientas semióticas o los estudios visuales. La imagen es un ente vivo que se reinventa constantemente y se fuga de la intención humana de encasillarla en un término. La percepción de las imágenes puede ser modificada, movida, pulsada, condicionado por muchas cosas; entre ellas, nuestro entendimiento, la rabia, el rencor, la fe, las consciencias e inconsciencias, las historias, las herencias, lo leído, lo escuchado, lo hablado o hasta lo gritado, no únicamente lo visto.

Creo entonces que las imágenes se vuelven un registro/estado modificable y eternamente resignificadle de la memoria. Sontag afirma:

> *"La recuperación de viejas fotografías mediante su ubicación en contextos nuevos se ha transformado en una importante industria editorial. Una fotografía es apenas un fragmento, y con el paso del tiempo se sueltan las amarras. Boga a la deriva en un pretérito tenue y abstracto, apta para todo género de interpretación (o de correspondencia con otras fotografías). Una fotografía también podría describirse como una cita, lo cual asemeja un libro de fotografías a uno de citas. Y un modo cada vez más*

difundido de presentar fotografías en libros consiste en acompañarlas ellas mismas con citas."

(Sontag, 2006, pág. 107)

Esta ruta enmarca, un terreno muy específico para el desarrollo de esta investigación. Acercarse a una comprensión de las imágenes audiovisuales en un formato de internet, que ha sido teorizado muy poco, puede verse de entrada como un camino difícil, pero que también se siente lleno de posibilidades si se rompen esos esquemas de relacionamiento y se vuelve un espacio referencial de la experiencia directa en este contexto. Las incertidumbres de la imagen se han discutido ampliamente a lo largo de la historia, pero parece ser relevante y aún más en un contexto tan cambiante como el internet, continuar indagando por sus variaciones, sus fugas y, sobre todo, sus potencialidades. Porque como lo afirma McLuhan hay una latente imposibilidad de comprender los cambios sociales y culturales, si no se conoce el funcionamiento de los medios. (1969).

4.2. #Cinematicvideography: Hashtags y lo incategorizable.

Para el proceso de esta investigación, no se establecieron unos géneros estilísticos que compongan un corpus de investigación, principalmente porque parte de aceptar la naturaleza inconmensurable de los Reels bajo las categorías y cánones estéticos. Dentro del mundo digital es difícil catalogar la basta cantidad de contenidos, que mutan, se repostean, se viralizan y mueren con igual rapidez. En el entorno digital de Instagram podremos encontrar, muchos contenidos humorísticos, tanto memes, comerciales, tutoriales, comentarios y reseñas sobre temas culturales, opiniones políticas, resúmenes de otros medios, contenidos personales del día a día de los usuarios, como sus viajes y gustos; también contenido de *Influencers* y *Streamers,* los cuales a su vez re-suben versiones más cortas de sus contenidos provenientes de otras plataformas, como **Kick** y **Twitch** que son plataformas de *streaming*, YouTube que es tanto de *streaming* como de almacenamiento de video e incluso **TikTok**. Estos pueden especializarse en infinidad de contenidos, desde contenidos de *gaming*, viajes, estilo de vida y muchos otros más, entre ellos, las expresiones artísticas y las exploraciones visuales.

Considerar el interrogante sobre si los Reels conllevan una noción artística equivalente o equiparable a otras expresiones, es ya bastante limitante. Más que encontrar un sí o un no, esta investigación parte de reconocer la manera en que los estudios visuales pudieron estudiar la imagen producida para ampliar las concepciones de lo estético, aunque un poco más cercano a la concepción post estética de Sorlin. Si entendemos que las imágenes siempre han hecho parte de la historia de la humanidad de diferentes maneras y que los cambios tecnológicos y técnicos en cuanto a las imágenes, condicionan su relacionamiento cultural, podríamos hablar de que el *medio es el mensaje* (McLuhan, 1969) como lo advertía McLuhan y que más allá de un dialogo comparativo sobre la profundidad y relevancia de cada vertiente, es entender los Reels como un invento que inevitablemente cambiará el relacionamiento de las personas con las imágenes, un proceso que avanza a medida de que lo hablamos, un proceso que está lejos de llegar a una conclusión y que cada vez desafía más las concepciones previas sobre las maneras de hacer y

consumir imagen en internet. Esta transformación no necesariamente reta a las anteriores maneras y usos de creación y consumo de imágenes por medios previos al internet y a las redes sociales, pero si las invita tener una visión mucho más amplia sobre lo que podemos entender de este fenómeno cultural.

Es por esto que, entendiendo lo complejo que puede volverse el estudiar los procesos creativos, en un campo tan amplio como lo es en internet, esta investigación optó por diseccionar las herramientas específicas en ciertos tipos de imágenes en formato Reel, específicamente de Instagram y dentro de esta, a su vez, seleccionar un tipo de contenido específico de Instagram.

> *"las sociedades han sido más moldeadas por la índole de los medios, incluso más que por los contenidos"* (McLuhan, 1969, pág. 8)

Marshall McLuhan sostiene que se trata más de entender el cambio del relacionamiento con la imagen, es decir, su parte más formal, para poder acercarse a las causales, o el contexto histórico o político-social que llevó a la creación de dichas corrientes creativas, más que los contenidos, y aquí nos topamos con el gran interrogante de la catalogación de estos. Los contenidos de internet son muy difíciles de catalogar temáticamente, por lo que podría derivar en muchas más vertientes, lo que nos deja la impresión de que las categorías cinematográficas, televisivas, o incluso literales, se quedan cortas a la hora de su encuentro con los contenidos web.

La creación en redes sociales tiene un condicionante de la velocidad. Los contenidos no únicamente deben durar poco, sino que, por la necesidad del sistema de las redes sociales, deben producirse de manera vertiginosa. La cantidad de piezas sube, al igual que se resta la franja de tiempo, y la fragmentación y capitulación se vuelve característica de estos contenidos. Podríamos pensar que, aunque es netamente una condicionante temporal, también transforma el uso de las herramientas, en cuanto a que las lleva a ser más adecuadas para unos medios que para otros. El Reel no tiene las mismas necesidades comunicacionales que podrían tener otros medios en el pasado, por lo que la categorización por intención, también se puede ser un despropósito. Dar un mensaje concreto no es siempre la intención de un Reel, y aunque parezca más acertada la posibilidad de evocar una sensación, sea de risa, de relacionamiento empático, de apropiación cultural o de nostalgia; el formato se justifica bajo su existencia misma y que responde a una connotación de rapidez, que no busca justificación desde otra intención comunicativa. El Reel es un formato de contenedor, cuya principal característica es la corta franja de tiempo, si se busca comunicar o mostrar o sugerir algo, la única limitante es que sea un estímulo visual o auditivo, por ahora en Reel formato 2D y que cumpla con los límites de tiempo, por ende, cualquier cosa que se pueda publicar como Reel, es un Reel. No pasaría lo mismo si un programa de televisión se lleva al cine, o si una canción es publicada en un periódico, los medios guardan una relación casi celosa de lo que puede o no entrar en él, esta es la diferencia del formato, casi todo video de corta duración podría terminar siendo un Reel.

Si entendemos lo vertiginoso como una constante, podemos ver en el ciclo de vida de estos contenidos tiene las siguientes condiciones:

•**Contenidos de rápida creación:** Los productores buscan la manera de simplificar los procesos para que los contenidos no sean muy difíciles de producir y se puedan producir en mayor cantidad.

•**Viralización:** Los contenidos se comparten, reeditan, diseccionan y visualizan de manera masiva, en muy poco tiempo. Estas franjas de relevancia alcanzan un pico muy rápido, puede no ser cuestión de semanas sino incluso de días u horas.

•**Pérdida de relevancia:** Siendo equivalentes con el corto tiempo que puede lograr la viralización de contenidos nuevos cada día, se asegura que la atención de los prosumidores variará rápidamente hacia contenidos más actuales, y no son tan comunes los casos en que un contenido logra ser lo suficientemente relevante para romper la barrera del tiempo en las redes sociales.

Debido a lo complejo que puede ser definir géneros, una herramienta que puede guiar este proceso mucho más adaptable a la naturaleza del internet, serían las etiquetas o Hashtags. Estas son palabras precedidas por el numeral (#) utilizadas en redes sociales para categorizar un contenido y facilitar su búsqueda dentro de los entornos digitales, así como encontrar contenidos relacionados o similares. Estas etiquetas funcionan como enlaces de búsqueda, no únicamente como palabras clave. Este sistema de categorización comenzó su popularización a través de Twitter (ahora X) en el año 2007, pero rápidamente se extendió a otras redes sociales como Instagram, Facebook, Vine y TikTok.

Los Hashtags son herramientas fundamentales que permiten, principalmente la categorización de contenido**,** tanto temática, como técnicamente. Permite segmentar el contenido y que el acceso a este se pueda dar desde contenidos similares, o la búsqueda directa de los prosumidores según sus intereses. Instagram, permite seguir Hashtags de la misma manera que permite seguir perfiles, por lo que podremos ver un *feed* especializado, de múltiples creadores que hayan marcado sus posts (publicaciones) con dicha etiqueta. Esta herramienta permite al usuario elegir, con mayor precisión los contenidos que desea consumir, incluso más allá del estilo de los creadores. Estas etiquetas permiten transitar al usuario por tendencias muy específicas, lo que los lleva a la participación de conversaciones y encuentros de comunidades específicas o nichos. También, las etiquetas son una herramienta que permite el aumento de visibilidad y establecimiento de marcas y autoría**.** Los hashtags permiten identificaciones de tendencias y comportamientos de consumo, ya que ofrecen datos cuantitativos muy concretos sobre la cantidad de posts etiquetados, además de la cantidad de visualizaciones, consumo, e interacción de cada uno, en un lapso o espacio geográfico específico y con caracterizaciones demográficas de los usuarios. Esto permite tanto a las marcas como a los creadores de contenido, analizar de primera mano la manera en que se están comportando sus publicaciones, para entender cuales están teniendo más "éxito" en ese momento y por ende potenciarlo; o por el contrario identificar los contenidos que no generan tanta interacción de los usuarios y suprimirlo o modificarlo.

Aunque estas siguen siendo herramientas muy diferentes de categorización, como la pueden ser los géneros cinematográficos, literarios o musicales, cumplen una función similar. Es importante entender que en esencia son mucho más endebles, etéreas, móviles e imprecisas, por lo que los contenidos permiten una categorización por medio de la suma de múltiples etiquetas. No es extraño encontrar contenidos que tengan múltiples etiquetas, unas incluso pueden llegar a ser contradictorias, similares o directamente las mismas, pero con una variación de ortografía o uso de mayúsculas, de esta manera se buscar cubrir un poco las fugas o derivas que puedan tener los motores de búsqueda en redes sociales. Como podemos ver, se trata de un sistema propio de categorización, que funciona similar a una biblioteca, pero que tiene la característica de no requerir un proceso de escrutinio, revisión o negación, el único requisito que tiene un Reel para ser marcado con una etiqueta, es que su autor lo haya decidido. Hay una etiqueta que es de interés especial para esta investigación y que puede ser la manera de conectar los contenidos que fueron desarrollados en el marco de esta investigación. ***#CinematicVideography:*** aclarando que como este sistema de etiquetas puede llevar a muchas derivas, se optó por acompañar de otras similares o relacionadas como lo pueden ser *#Cinematic, #Videography* las cuales son una división de la etiqueta principal, pero que permite ser visualizado en relación con otros ámbitos. Por ejemplo, *#photography* que, incluso si se trata de imagen en movimiento, se entiende la fotografía como una expresión visual que se puede relacionar, no directamente con la técnica, sino como una noción estética que se da sobre el post. En este punto, es importante recalcar que lo "cinemático" o lo "fotográfico" no hace alusión al apartado técnico que conlleva el proceso de realización del Reel, sino que estamos ante un fenómeno de adjetivación de términos, en el cual, estos se usan como un calificativo que se le da a una imagen. Por ejemplo, es muy común ver en los comentarios, mensajes tales como "este post es demasiado cinematográfico" en ningún momento hace alusión a la relación con el proceso de creación o a la industria que rodea al entorno cinematográfico, sino que responde a unos códigos visuales no definidos generalmente, que generan una impresión en el espectador de una experiencia visual equiparable al cine. El uso de estas palabras como adjetivos, reemplaza otros calificativos como "llamativo, interesante" y así como lo "fotorealista", puede volverse un calificativo para un dibujo muy bien logrado, lo cinematográfico se convierte en un calificativo de aprobación para las imágenes de redes sociales, que nada o poco, tengan que ver con el cine.

Es interesante entonces, ver como no hay una normativa establecida que limite las etiquetas que se le quiere dar a un contenido. Hay que entenderlas más que como una noción o agencia, como un sistema poco estricto de categorización, que termina por ser un relacionamiento libre de palabras clave, que permiten sectorizar el contenido y buscar audiencia. Además, vale la pena recordar que hay múltiples elementos que permiten la sectorización del contenido más allá de los hashtags. La principal sería la etiquetación de otros perfiles, pero también se han añadido sistemas nuevos. Uno de estos, son las publicaciones compartidas. Estas no cuentan como un *repost* o *share*, sino que permiten que dos o más perfiles, figuren como cocreadores originales de un post, como se muestra en la figura 38. También es el caso de la geolocalización por coordenadas o direcciones, conectados a otras aplicaciones de ubicación como lo es **Google Maps**. También, es posible realiza búsquedas por medio de las etiquetas de la pista de audio. Todos estos datos actúan como enlaces

que permiten seguir el interés de los usuarios hasta lo más específico. El uso acertado de estos sistemas muchas veces logra generar más visualizaciones independientemente de la calidad o interés que pueda generar un contenido.

Figura 1



El funcionamiento general de las imágenes en formato Reel en redes sociales, específicamente Instagram puede ser enigmático y no existe una lógica que explique bien porque unos contenidos son más visualizados que otros, pero esta investigación encuentra algo valioso en analizar el proceso mediante el cual un tipo de imágenes se realice y se publique en la red social, para acercarse al relacionamiento con otros usuarios/prosumidores. Entendiendo esto, se da respuesta al porque es importante especificarlas dentro de una muestra más pequeña, y tener mejores posibilidades de centrar y converger la discusión, y este foco, está puesto en un tipo específico de características visuales, ya que, debido a la infinidad de contenidos, podría ser difícil establecer unos datos tan generales que se queden cortos a la hora de indagar por el trasfondo real de la pregunta de investigación. Por eso, se optó por la selección de un hashtag, con la intención de poder identificar las potencias o fugas que pueden surgir desde la libre selección y uso de las herramientas de Instagram. En ningún momento se busca que actúe como un juicio de valor, o estratificar los contenidos, sino que busca relacionar un pequeño grupo de posts en específico, partiendo de lo que los usuarios prosumidores consideran que es Video Cinematográfico.

En este proceso de buscar seccionar una pequeña parte de los contenidos audiovisuales en formato Reel, aparece **#CinematicVideography**, el cual es importante por un par de razones. Primero, porque pone en dialogo, el tema del video, más específicamente videografía, con el sufijo referente a la escritura, con el adjetivo de ser cinematográfica. Al igual que sucede con el adjetivo de "*aesthetic*", no son características que vengan de manifiestos paradigmáticos, que precisan muy claramente los límites del término, sino que nacen de un consenso de los usuarios de internet que muchas veces no coinciden del todo. Estos son términos que usualmente se usan con ligereza e informalidad para expresar identificaciones que, aunque de una manera muy poco definida, establece una existente relación de estos contenidos con expresión artística y una noción estética, pero que no están de ninguna manera definidos, sino que son calificativos libres y hacen referencia a una identificación de los autores. El entorno web se desprende muchas veces, de manera conveniente, de los acuerdos académicos y se remite a una creación bastante libre y a un

comentario poco especializado por parte de los usuarios, buscando lo aplicable a múltiples entornos, lo adaptable, transformable, mutable y discutible. Pero algo si queda claro en esta etiqueta y es que reúne intenciones de emular elementos visuales de la cinematografía tradicional, es decir, toma elementos visuales para discutirlos, emularlos, apropiarlos o destruirlos. Es importante hacer claridad enfática, de que el sistema de etiquetas de ninguna manera está regulado (más allá de prohibir palabras ofensivas) y que, por ejemplo, si en alguna parte de Rusia, alguien graba el cumpleaños de su abuela, con un móvil de baja resolución, audio no claro, imagen desenfocada y un encuadre que no respeta tercios; y esta persona, decide etiquetar su Reel como ***#CinematicVideography,*** lo puede hacer sin ninguna restricción. Esto es curioso, pues al buscar el Hashtag, puede aparecer en el mismo *feed* que un Reel realizado con equipos caros y procesos profesionales. Los prosumidores tienen libertad absoluta de definir y categorizar sus Reels como lo prefieran.

4.3. Reels: Referentes en los que destacan giros estéticos y expresivos de la imagen audiovisual en contextos digitales y de redes sociales.

El internet ha cambiado la manera de consumir, compartir, circular y percibir contenidos audiovisuales. Como lo dice Prada en *El ver y las imágenes en el tiempo de internet* (Prada, 2018), esto no modifica únicamente la manera en que se consumen las imágenes audiovisuales, sino que también, la manera en que las imágenes se producen. Cada vez es más borrosa la línea entre el consumidor y el productor, aquí es donde términos como el de **prosumidor** cobra relevancia. La proliferación de la tecnología, como lo sugiere Benjamin (Benjamin, Breve historia de la fotografía, 1931), termina por transformar los procesos de la imagen, en tanto ya los usuarios no son emisores o receptores, sino que pueden ser ambos.

Es muy importante discutir las maneras en que se democratizó la posibilidad de ser productor audiovisual en los tiempos de la digitalidad. Nos enfrentamos a un momento de la historia, en que casi la mayoría de los seres humanos cargamos una cámara en los bolsillos, y que por el sólo hecho de tener redes sociales, ya tenemos asegurada un mínimo de audiencia. Anteriormente podría ser impensado el momento en que cualquier persona podría ser una célula de interacción mediática, pudiendo recibir, modificar, comentar y producir contenidos al alcance de sus manos, esto es más importante de lo que se puede sospechar en un principio, pues transforma por completo la manera como nos relacionamos con el mundo, que a partir de estas interacciones nos permite revisar la naturaleza de lo audiovisual y lo digital. Es por esto que el formato Reel, en su condición creativa e imaginativa, permite indagar por la noción de libertad temática, de duración, de formato y de masificación. El Reel es el formato de video más popular, con fecha de 2024, se reproducen aproximadamente 140mil millones de Reels en Instagram y Facebook, cada día, con un promedio de 694.000 Reels compartidos por minuto (Ratnaparkhe, 2024). Por lo tanto, no sería arriesgado afirmar que es el formato de video más usado en la mayoría de redes sociales, la cuales tienen

similares formatos de video corto, como TikTok y YouTube Shorts. En el caso de esta investigación, el detenimiento creativo se realiza sobre el Reel de Instagram.

Los Reels, pueden tener infinidad de contenidos temáticos, no obstante, existe una tendencia desde la forma, en donde muchos contenidos se relacionan bajo una noción de creatividad visual, ahora bien, por la exigencia de categorización impuesta por las plataformas, estas se etiquetan desde términos referentes a su proceso creativo, como un factor determinante de distribución del Reel, trayecto en el cual, la imagen ya no solamente es cuantificable en su contenido estético, ahora depende de interpretaciones y usos de esas características de forma. Esto, genera categorías que se ha popularizado en redes sociales, los cuales retoman términos referentes a fotografía análoga, y los superponen a los medios digitales, por ejemplo, el Hashtag *FilmLook*, que es usado para denotar la apariencia de revelado que asemeje a procesos análogos en celuloide. Estos son videos con elementos estético-visuales muy reconocibles, que se pueden encontrar en el mundo digital también bajo el hashtag ***"CinematicVideography"***. Temáticamente, suelen retratar con preferencia a los entornos urbanos, con la presencia contextual de luces artificiales y los habitantes del lugar como protagonistas, además de acciones cotidianas, retratadas con exaltación. Siguen presentes varios elementos de la cinefotografía análoga tradicional como lo es la composición, aunque con la diferencia de tener un formato vertical, es decir 9:16. También perduran técnicas como el *Slow Motion* [4]o los time lapses, el uso de lentes y diversas distancias focales, tanto en cámaras, como en móviles. Esto nos habla de una variante de la ya mencionada, post-estética a la que se refiriere Sorlin (Sorlin, 2016), que toma elementos del pasado, los actualiza, para llevarlos a rutas de distribución y consumo en medios digitales, asunto que es verificable en Instagram.

Las exploraciones audiovisuales realizadas dentro de este proyecto no están marcadas por tendencias temáticas, pero si por los elementos visuales que puedan publicarse con el hashtag **#CinematicVideography**. A continuación, hago una pequeña recopilación de ejemplos referentes a estas exploraciones audiovisuales en formato de Reel. Estos Reels tienen la característica de corta duración, varios de los referentes no superan el minuto, y la plataforma actualmente establece un límite de 3 minutos no obstante, debido a las dinámicas tecnológicas que se introducen constantemente, estos tiempos tienden a aumentar. Este tipo de Reels, son elaborados de una manera más abierta y sin guiarse por cánones narrativos. Aunque muchas veces pueden parecer documentales, no cuentan con arcos dramáticos completos, personajes reconocibles, situaciones a resolver o reflexiones finales. En este aspecto la creación se acerca a la búsqueda de lo expresivo, la apreciación de lo urbano-visual o de proponer relacionamientos a una visualidad contemporánea, por lo que se convierte, en una herramienta pertinente a la hora de indagar por las características, usos y maneras de la imagen en movimiento contemporánea situada en el internet. Tanto las imágenes como la postproducción están guiada por un proceso de minuciosa realización y producción.

[4] El Slow Motion o Cámara lenta, es esa técnica audiovisual en que se estira el tiempo de las acciones en cámara para poder contemplar de manera más detenida y a veces con tintes dramáticos los planos

Muchas de las características visuales de estos contenidos están dados por el Software de edición utilizado, que suele ser Instagram o TikTok. Para este propósito, también son utilizadas aplicaciones como **Capcut** o **VN** entre otras, las cuales están optimizadas especialmente para usarse en dispositivos móviles, aunque cuentan con versión de navegador y escritorio. CapCut por ejemplo, cuenta con ciertas características muy especiales, como por ejemplo el uso de plantillas para montajes rítmicos, conexión directa con redes sociales para rastrear tendencias y procesos automatizados como: transiciones, subtítulos, aplicación de filtros, efectos, estabilización, musicalización, animaciones, entre muchas otras.

La posproducción sonora suele consistir en muchas ocasiones únicamente de musicalización, ya sea con canciones en tendencia, que faciliten un montaje rítmico, o que fácilmente puedan relacionarse con una sensación. Es interesante ver como las redes sociales suelen tomar varios elementos del cine como por ejemplo los ***Leimotives***. La comunidad de internet suele hacer sus propias evocaciones a partir de temas musicales recurrentes. Esto se realiza de distintas maneras, la primera, es hacerlo de manera equivalente-directa, es decir, tomar canciones de bandas sonoras reconocidas del cine **(OSTs)** para generar una sensación similar al uso emotivo de la referencia cinematográfica, como, por ejemplo, utilizar la banda sonora de *Jaws* (Spielberg, 1975) o de *Friday The 13th* (Cunningham, 1980), para evocar sensaciones similares a la obra cinematográfica original. También como herramienta contextual, tomando por ejemplo las pistas sonoras de *Harry Potter* (Columbus, 2001) para un tutorial de un truco de magia. La otra manera de musicalización y la más propia de los entornos digitales, es tomar canciones virales, que se encuentren en tendencia y que rompan sus relacionamientos previos, para posteriormente proponer y establecer un ***Trend*****,** es decir una tendencia, como lo es el ejemplo de I´m Just a Kid de Simple Plan que los usuarios de las redes sociales usaron para recrear imágenes de su pasado, con lo que la canción se volvió un ***Leimotiv*** de la nostalgia y el paso del tiempo. A continuación, puede el lector escanear el código QR de la figura 1, que le permitirá acceder a un ejemplo, directamente en la red social.

Figura 2



Es usual que las piezas musicales sean modificadas, la más común es el ***Slow And Reverb*** el cual consiste en disminuir el tempo de la canción y agregar el efecto de reverberación para crear una atmósfera más triste y nostálgica de una canción.

Referentes audiovisuales en formato Reel

Going Back In Time - Moses Aurelius (2023)

Figura 3

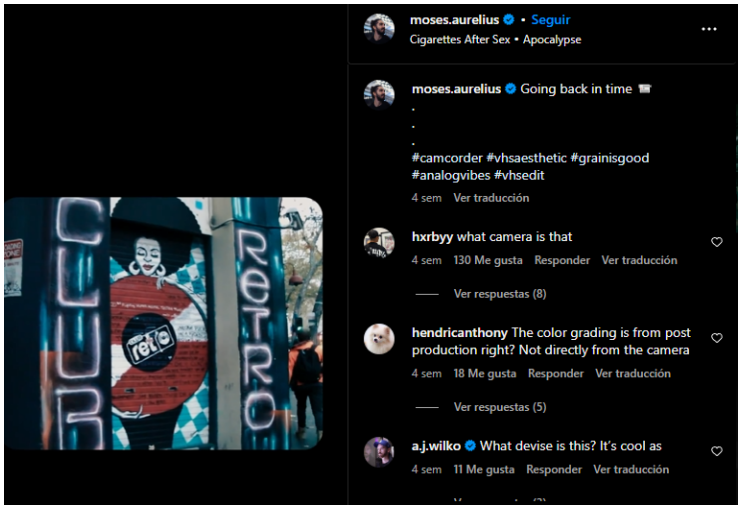


Figura 4

FECHA EN QUE SE COMPARTIÓ EL REEL: 22 DE SEPTIEMBRE DE 2023

DE MOSES.AURELIUS

(@Moses.Aurelius, 2023)

En la figura 2 podemos observar el entorno de la publicación en versión escritorio y en la figura 3, el código QR que permitirá acceder al contenido desde un dispositivo móvil. En este referente podemos ver el uso de dispositivos antiguos, como es el caso de una *Camcorder* de cinta magnética para explorar entornos de una ciudad con el concepto de *#analogvibes*, la musicalización consta de la canción de Cigarettes After Sex, Apocalypse, (Gonzales, 2017) una canción que suele relacionarse mucho con la nostalgia, la belleza de lo taciturno y la romantización de sentimientos de desamor y soledad en entornos digitales. La cámara es desprevenida, móvil: tiembla y se mueve, pareciera los planos de un turista, en una ciudad, capturando lo que le llama la atención y configurando en ello su perspectiva o punto de vista. Las imágenes están en una relación de aspecto 4:3, menos la primera, que está en 16:9, marcando la diferenciación entre el primer plano realizado con celular y el resto realizado con la *Handycam*[5], que se muestra en este primer plano. Esto me parece muy llamativo, ya que habla de la consciencia que tiene el formato sobre sí mismo, las libertades que se toma para establecer su punto de "realidad" o las múltiples realidades que se puede construir con la imagen en movimiento en formato Reel. La manera despreocupada en que mueve y transita en su diégesis es la manera en que construye una expresividad visible. Esto implica que, técnica y expresión son singulares y aplicables únicamente a cada Reel. Los Reels no tienen la necesidad de universalidad, la unidad básica es el Reel mismo, como lo harían los cine-ensayos, creando para sí, una expresión propia. Este ejemplo es relevante porque permite suscitar la idea de que las preocupaciones expresivas de la imagen en formato Reel, se ha modificado, y por tanto, las herramientas creativas que se podría usar para creación en otros ámbitos, se ha transformado a otros intereses.

Lost in Tokyo- Jazziesllona (2023)

[5] Handycam es una línea de videocámaras fabricada por Sony desde el 1985, pero se convirtió en la manera de referirse a las cámaras de video compactas y ligeras de uso doméstico.

Figura 5

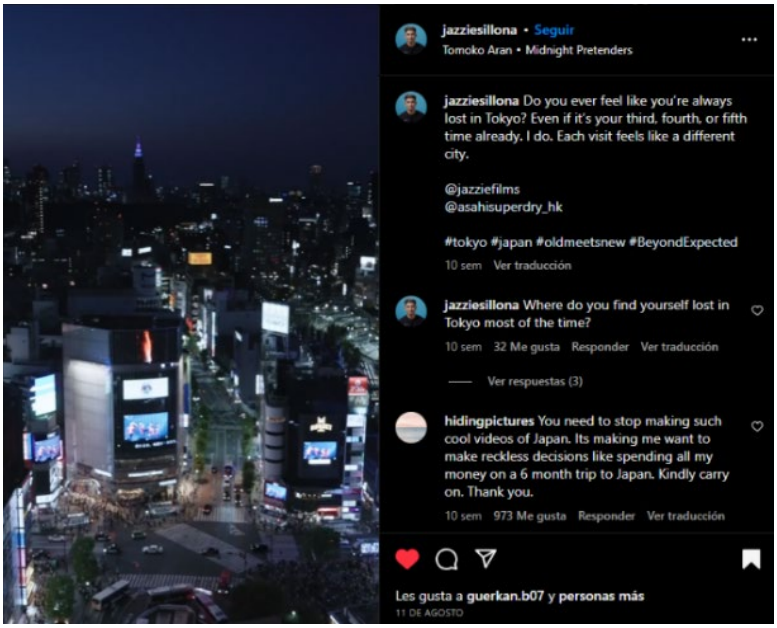


Figura 6

FECHA EN QUE SE COMPARTIÓ EL REEL: 11 DE AGOSTO DE 2023

DE JAZZIESILLONA

(@Jazziesllona, 2023)

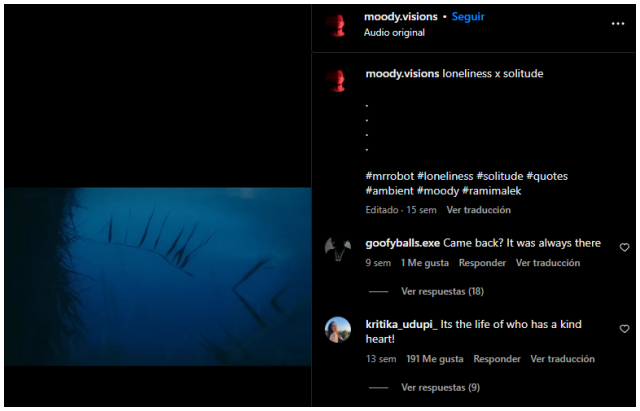
En la figura 4 podemos observar el entorno de la publicación en versión escritorio y en la figura 5, el código QR que permitirá acceder al contenido desde un dispositivo móvil. Este Reel añade otros elementos interesantes como por ejemplo el uso de la pantalla múltiple, a un *Shutter Speed*[6] bajo, y aunque continúa con la tendencia de explorar entornos urbanos, tiene la diferencia de ser específicamente sobre Tokio. La relación con los lugares es relevante es ciertos Reels, este es uno de estos casos. La representación de Tokio se da mediante alguien que habita y recorre estos

[6] Velocidad de obturación de la cámara, es decir, el tiempo que pasa cuando el sensor está abierto en el proceso de captura

entornos, hay una necesidad constante de establecer un lugar contextual, como por ejemplo la representación de letreros y publicidad, lo cual es un elemento iconográfico que logra establecer el origen de una visualidad de un lugar que además se vuelve cosmopolita, porque las mismas imágenes podrían realizarse en cualquier ciudad del mundo. Esto no sucede únicamente en la imagen. La musicalización aparece en primer lugar, es común el uso de procesos de musicalización que usan el *City Pop* japonés de la década de los 80s, como un elemento estético, que guarda una relación directa con la representación futurista de un pasado, donde podemos encontrar una versión alterada de una canción del género, que también puede encontrar relaciones con la estética ***Vaporwave***[7]. El montaje no es rítmico y su corte final es abrupto, es la mejor manera de saber que se trata de una recolección de evocaciones sobre este espacio real, pero mediante los ojos de un autor, más no una historia o un concepto concreto, los contenidos fluyen y no como sinónimo de facilidad o mediocridad, sino de una informalidad más cercana a la mirada desprevenida de un espectador. Este Reel puede sugerir la idea en que las plataformas han moldeado el uso de elementos estéticos, en función de su expresividad y al hacerlo, instaurarse en un lugar de una estética expandida, que no elimine otras concepciones de lo estético, sino que disloque sus límites y le abra la puerta a nuevas posibilidades de estilo.

loneliness x solitude - Moody Visions (2023)

Figura 7



[7] una estética creada por la cultura de internet, en la que confluyen elementos visuales como el *ánime*, el *glitch*, el Software retro de finales de los 90s, la escultura griega clásica, el *cyberpunk*; y elementos sonoros como el *New Age*, el sampleo de sonidos digitales retro y el *Smooth jazz*

Figura 8



(@Visionsofhe, 2023)

En la figura 6 podemos observar el entorno de la publicación en versión escritorio y en la figura 7, el código QR que permitirá acceder al contenido desde un dispositivo móvil. En este Reel hay un marcado uso del etalonaje como el principal elemento visual de la pieza, como el elemento que une a los planos de todo el Reel. Esta tendencia hacia las tonalidades frías, con alto contraste en sombras y penumbras, permiten visualizar lugares inhóspitos, en donde se establece un dialogo evocativo desde lo melancólico. En este Reel se podría mencionar la aparición de nuevas herramientas que pone a disposición el internet al realizador audiovisual. Los planos contemplativos y colorizados, están sonorizadas con un monólogo de la serie Mr. Robot (Esmail, 2015). El Reel, toma elementos de otros medios para incorporarla como elemento estético, más que narrativo, porque no importa quién es este personaje, o por qué motivos está diciendo lo que dice, se trata de conectar con una sensación y realizarlo con un proceso en que la imagen y el sonido se complementan para crear una atmósfera. Este Reel está etiquetado como #solitude, con lo que busca explorar la melancolía y soledad desde la visualidad como complemento del diálogo. El Reel se permite extraer elementos de otros medios sin tener que contextualizarlos, los retoma, los reinterpreta y los transforma, y se convierte en una nueva obra y es irrelevante si los usuarios han visto la pieza original, esto, y este es el elemento que quiero destacar sobre este referente. El Reel es un formato que permite reinterpretar y hacer usos diversos de herramientas analógicas, sugiriendo el valor expresivo o estilístico que el uso de una herramienta pueda aportar a los nuevos entornos sociales en web. Curiosamente, la nostalgia pude ser un elemento estético que tome las limitantes de estas herramientas y las convierta en una posibilidad contemporánea.

The Essence of night – Ruben Barkhuizen (2023)

Figura 9

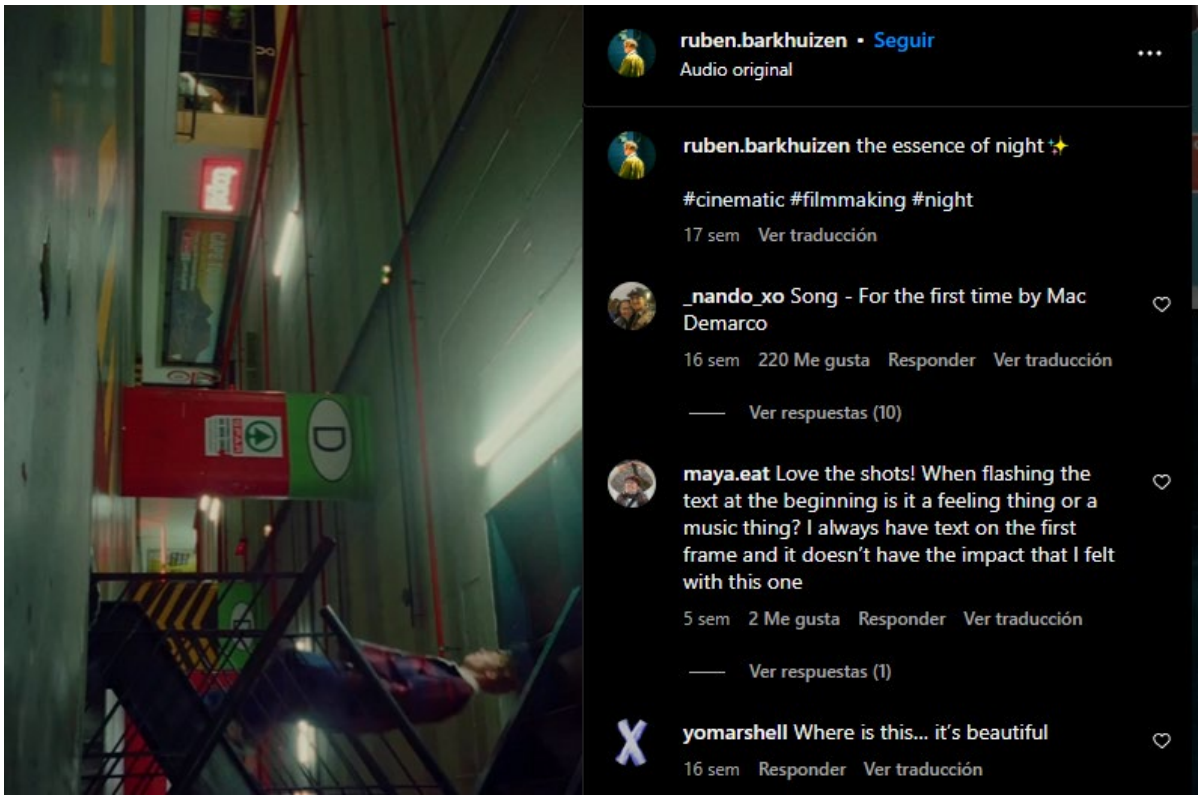


Figura 10

FECHA EN QUE SE COMPARTIÓ EL REEL: 23 DE JUNIO DE 2023

DE RUBEN.BARKHUIZEN

(@RubenBarkhuizen, 2023)

En la figura 8 podemos observar el entorno de la publicación en versión escritorio y en la figura 9, el código QR que permitirá acceder al contenido desde un dispositivo móvil. El formato de este

video es horizontal, pero girado, para usar todo el tamaño que permite el dispositivo móvil. Como su nombre lo dice, *The Essence of Night* (*La esencia de la noche* en español), recopila imágenes de entornos urbanos con fuentes de luz artificial en un montaje rítmico. El etalonaje vuelve a ser protagonista, esta vez, emulando procesos análogos, como la dominante roja en las altas luces y un leve desenfoque, la cámara podría parecer errática, porque no tiene un punto de vista único, se permite ser tanto estática como en movimiento con *grip*, o cámara en mano.

Las redes sociales permiten la interacción directa entre usuarios, independientemente si son creadores, esto, sin duda, desdibuja las relaciones de poder, la alabanza casi épica de los autores y se instaura en un proceso más colaborativo en donde el autor comparte su saber sobre los modos de producción: en los comentarios el autor responde a preguntas sobre los usos de formatos de imagen que utilizó para grabar, en este caso formatos logarítmicos (S-Log en Sony y C-log en Canon), también responde sobre los dispositivos tecnológicos utilizados. Este tipo de Reels, genera procesos de interacción que se dan bajo unos parámetros de comunicación que la plataforma contiene, e invita a los espectadores para que tomen la obra y las técnicas como suyas, para generar nuevas exploraciones audiovisuales y prolongar el diálogo. El conocimiento se vuelve un saber compartido, colaborativo, dinámico y colectivo, en donde la noción de autor único se disuelve y como en los gremios de artesanos, es un saber de todos los usuarios de este tipo de Reels. Estos fenómenos de saber colaborativo son posibles gracias a naturaleza asincrónica de la plataforma.

The Art Of Waiting - Danesauruss(2023)

Figura 11

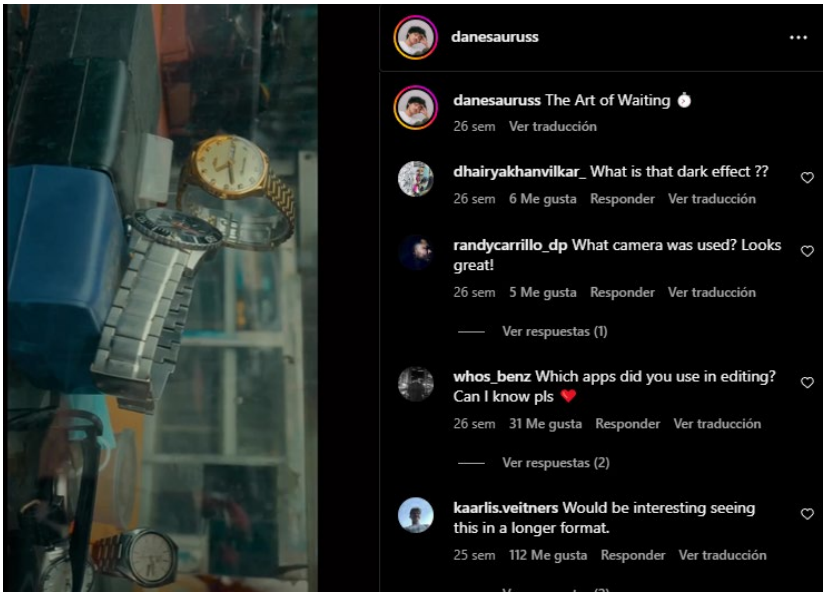


Figura 12



(@Danesauruss, 2023)

En la figura 10 podemos observar el entorno de la publicación en versión escritorio y en la figura 11, el código QR que permitirá acceder al contenido desde un dispositivo móvil. Nuevamente aparece, en este Reel, la canción de **Cigarettes after sex**, que suele ser muy utilizada en los Reels con las etiquetas: #cinematic y #cinematicvideography, con una tendencia al uso de *leimotiv*, lo que configura modos de producción que apropian de manera diversa y en sus diferentes fragmentos, esta canción. The Art Of Waiting (*El arte de esperar)* es una exploración visual sobre el transcurrir del tiempo, concepto que no es muy representado en narrativas que implementan un desarrollo dramático porque en la producción audiovisual pretenden un detenimiento fotográfico con imágenes en movimiento. El Reel lleva la atención a lugares de la imagen que evocan lo cotidiano y casi podría discutirse que lo exaltan, pues se desenvuelve en todo aquello que el prosumidor considere interesante, asunto que puede evidenciarse en las más de 3 millones de reproducciones, 414.000 likes y ha sido compartido más de 37.900 veces, hasta la fecha de diciembre del 2024. En este Reel, se explora visualmente la rutina de personas de una ciudad aparentemente asiática, más que hacer un análisis de la narrativa que pueda existir en el plano a plano, como el detalle de los relojes o la persona fumando, lo que es más interesante, es la manera en que el Reel se vuelve un conjunto, una sensación más allá de sus partes y concentra la idea de que los procesos estéticos o estilísticos son justamente esa cohesión. Aquí se pueden evidenciar asuntos que son de interés para esta investigación: elementos visuales que convergen en un formato, para trasgredir y reinventar procesos creativos.

4.4. Recopilación de experimentaciones audiovisuales

Esta investigación se basa en la noción post-estética del audiovisual planteada por Sorlin (Sorlin, 2016) esto, en el caso del Reel, debido a la concepción comunitaria y compartida de la experimentación visual, que da cuenta de la vitalidad, que en soportes como Instagram o TikTok, entre otros, posee este formato de producción audiovisual.

EYECANDY por Jacobi Mehringer

EYECANDY es un sitio web creado por Jacobi Mehringer el cual autodenomina en su entrada *About* (acerca de), (Mehringer, s.f.) como una recopilación de técnicas y estéticas audiovisuales que permite a cualquier usuario que entre en ella, identificar estrategias, usos técnicos y expresivos de la producción audiovisual. El autor también presenta tendencias contemporáneas de iconografías, a través de la apreciación de ejemplos e incluso de fragmentos de obras de gran uso en redes.

En este proyecto podemos encontrar de forma detallada, la manera en que se pueden asociar posiciones estéticas, que ponen en diálogo elementos visuales de todo tipo; presenta herramientas de diferentes usos tecnológicos, tanto análogos como digitales, en técnicas que comprenden las etapas de producción y de postproducción.

Lo valioso de EYECANDY es su variedad, la recopilación comprende elementos técnicos, temáticos y estilísticos. Se podría decir que hay una clara tendencia a las expresiones visuales experimentales que adquieren valor en el mundo de las redes sociales, para esto se permite fragmentar realizaciones fílmicas, de series y de otros formatos visuales como la televisión. En palabras de Mehringer, su fundador, EYECANDY es un proceso comunitario fundamentado en internet, para la convergencia de conocimientos y donde la finalidad principal es generar un mapeo de técnicas audiovisuales, curadurías y realizadores.

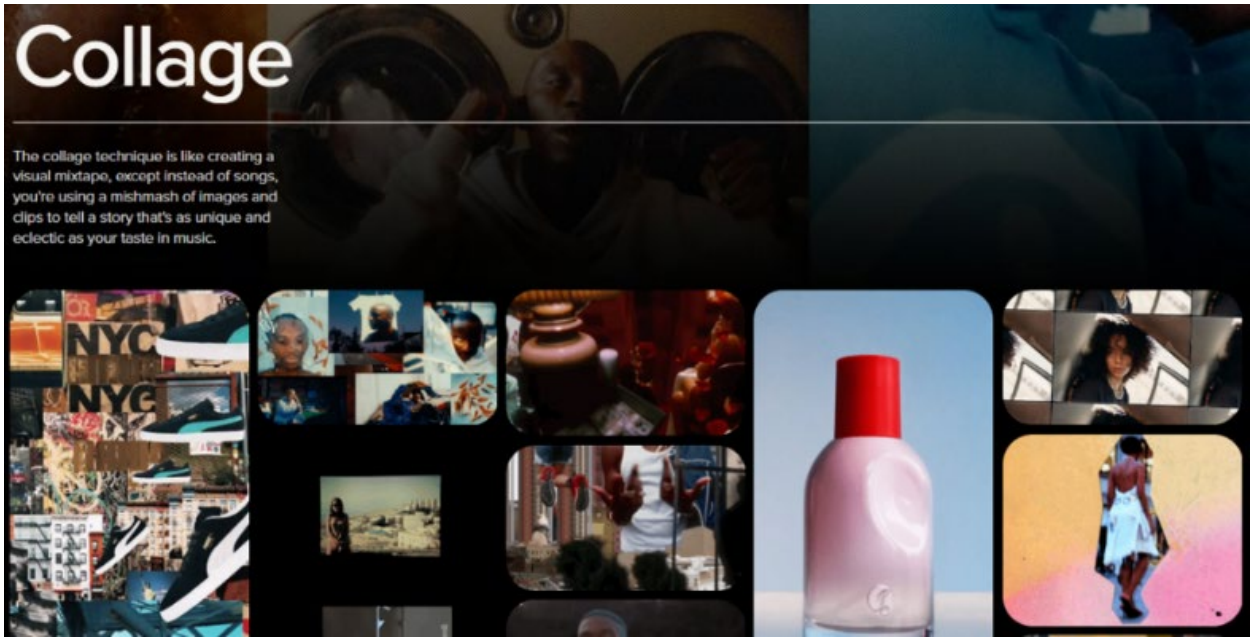
El sitio se instaura como un proyecto formador, aunque no asegura un 100% de exactitud en sus descripciones técnicas, no obstante, justifica la importancia de la apreciación de técnicas, estilos y formas de expresión, por la naturaleza del trabajo colaborativo que implementa este proyecto y que le valen, la cantidad de usuarios que hoy posee. Uno de los elementos relevantes en EYECANDY es su concepción de la producción de imágenes como un proceso **DIY**[8]**.** No se plantea una jerarquía entre las expresiones visuales del cine, los videoclips, los comerciales, los *fashionfilms*, los experimentos de *filmmakers*, contenidos para YouTube y especialmente Reels de

[8] DIY es una abreviatura de la expresión en inglés "*Do it yourself*", que significa "hazlo tú mismo". Se refiere a la práctica de crear, modificar o reparar objetos sin la ayuda de un especialista o a través de la producción industrial. El término DIY se utiliza en redes sociales, especialmente en videos de tutoriales para manualidades, decoraciones, costura y recetas. La ética DIY promueve el conocimiento y la experiencia adquirida por el usuario en diversas temáticas. También fomenta el empoderamiento de los individuos y de las comunidades.

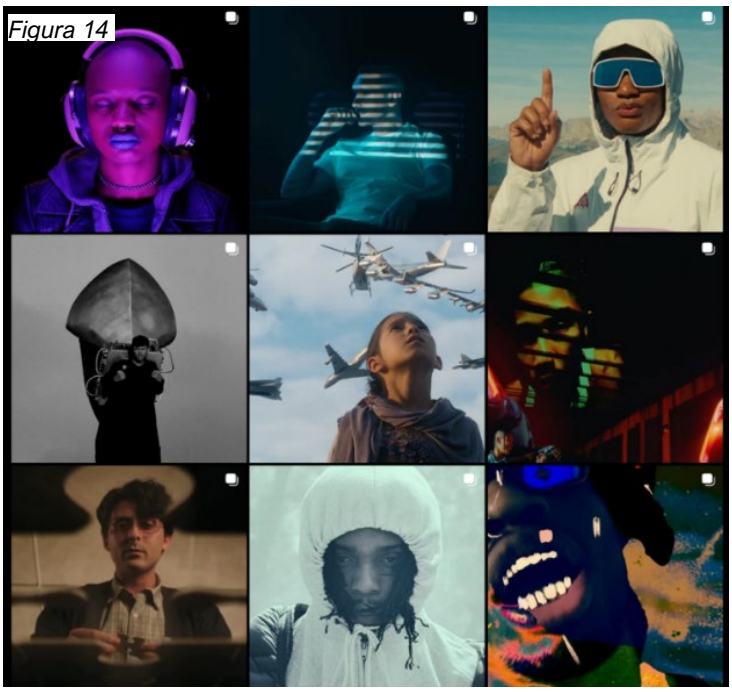
Instagram. En esta plataforma se pueden leer tendencias que permite a sus usuarios participar del proceso creativo audiovisual desde la convergencia y el uso compartido de conocimientos. Este sitio, es un lugar de encuentro de la comunidad de prosumidores, con el fin de buscar maneras creativas y más económicas de experimentar con la imagen audiovisual en tiempos de internet. No se trata de entender la herramienta más costosa como la mejor, sino reconocer la importancia de la técnica en función de la creatividad, conocimiento, familiarización y, sobre todo, usos alternativos de las herramientas; y las posibilidades de expandir los límites estéticos que se dan gracias a la experimentación. Este sitio se siente reconfortante, en cuanto concibe cualquier proceso experimental de la imagen audiovisual como válido, sin importar si se trata de la cámara de un celular o de una cámara de cine, el valor está en la condición imaginativa del usuario.

EYECANDY tiene su mayor comunidad en el sitio web, el cual es una biblioteca catalogada, de las ya mencionadas técnicas audiovisuales. Podría decirse que lo único que tienen en común estas piezas es que sean llamativas y causantes de curiosidad por parte de la comunidad de internet. El sitio se basa en un *homepage*[9] a modo de mosaico, compuesto por gifs, las cuales enumeran todas las técnicas que componen el sitio. Al *clickear* sobre dichos Gifs, se redirige a una página específica que describe brevemente las técnicas, expone múltiples ejemplos y en algunos casos, una descripción de un artista precursor o destacado en el desarrollo de dicha técnica, como podemos ver en el ejemplo de la figura 12, relacionada con la técnica de collage audiovisual. Eyecandy está enlazada con un perfil de Instagram, el cual, a fecha de diciembre 2024, cuenta con 422.000 seguidores y un canal de *Discord*. La figura 13 muestra la constitución del *Feed* del perfil de Instagram.

Figura 13



[9] La página inicial de un portal web


Figura 14

Donde hay mayor interacción de la comunidad, es en su perfil de Instagram y en su canal de Discord[10]. La interacción se da de manera casi inmediata en la red, es por ello que el *feedback* es mucho más directo. El perfil de Instagram selecciona y cura los contenidos llamados "mejor de lo mejor". Estas redes permiten a la comunidad interactuar, proponer, criticar, debatir y aportar al desarrollo del sitio web y al mapeo de las estéticas visuales del internet. Este portal es uno de los referentes más relevantes de este proyecto, por la manera en que organiza y concibe la experimentación audiovisual como un proceso democrático, disruptivo y en constante reinvención.

4.5. Contextualizaciones de lo visual: Umbrales entre técnica y expresión en la estética visual del formato Reel.

Esta investigación procura no detenerse en los elementos narrativos de las piezas audiovisuales, porque las narrativas complejas tienden desaparecer, o a transformarse en los formatos digitales. El Reel permite interpretar otros usos de la imagen en otros contextos de libertad, aquellos que permiten el uso comunitario y participativo de los sitios en red, en donde es posible reconocer búsquedas evocativas de sensaciones o "*mood*"[11], que busca indagar por estados de ánimo.

En la adecuación de la creación de imágenes para redes sociales, la búsqueda de expresar una idea se puede transformar en la búsqueda de la creación de atmósferas. Ahora no hay que considerar sistemas visuales mantenidos por un largo aliento y hace que sea más sencillo conservar la estética de las piezas. Para explicar este proceso de transformación me remitiré a un proceso de selección de un fragmento de cortometraje.

[10] Discord es un servicio de mensajería instantánea y chat de voz. En esta plataforma, los usuarios tienen la capacidad de comunicarse por llamadas de voz, videollamadas, mensajes de texto, o con archivos y contenido multimedia en conversaciones privadas o como parte de comunidades llamadas servidores. Aunque anteriormente tenía una relación muy cercana con las comunidades de videojuego, ahora confluyen comunidades de todo tipo, académicas o grupos de fans.

[11] La palabra mood es un término que viene del inglés y lo hemos incorporado en nuestro lenguaje. Es un sustantivo que significa estado emocional, estado anímico o humor.

Absence (2015) Rob Savage: Absence (2015) on Vimeo



Rob Savage, realizó en 2015 este cortometraje, donde la narrativa transita entre el duelo de un viudo, al terror, pero todo atravesado de un diálogo religioso. En el blog ***Director Notes***, dice Savage sobre el proceso creativo de la película:

> *"... Queríamos hacer algo que jugara con las expectativas de la gente y, después de ver un millón de cortometrajes sobre maridos en duelo, pensamos que intentaríamos abordar el tema de una manera interesante, dando pistas en un corto tiempo de ejecución que los fanáticos del género apreciarían, antes de sacar la alfombra de debajo de los pies del público. El tiempo de ejecución vino de querer tener una idea que pudiéramos autofinanciarnos por muy poco y que fuera atractiva para los programadores de festivales."* (Belle, 2016)

Lo llamativo de este cortometraje es la manera en que los primeros 4 planos, logran establecer una sensación. Existe un uso preciso de todos los elementos de la fotografía, para establecer convergencia de elementos en una forma de contexto o cohesión visual. Un contexto que, aunque no se desarrolla a profundidad, se sugiere, y se resiste a ser entendido completamente. Si se segmentara la obra, entendiéndola como un cortometraje y extrayendo de sí, un tipo de Reel, este podría considerarse como filminuto[12]. La primera secuencia de imágenes, compuesta por 4 planos, presentados en la figura 14, sugieren una manera de entender la construcción contextual de la imagen en movimiento.

[12] Un filminuto es un cortometraje con una duración de 60 segundos o menos.

Figura 15



Se ha mencionado en este proyecto cómo las palabras pueden quedarse cortas al expresar las afectaciones causadas por la imagen, y más aún la subjetividad en la naturaleza de estas. Teniendo esto en cuenta, se podría interpretar la siguiente percepción del corto a partir de la atmósfera creada por el autor del cortometraje: Los planos detalle pueden ser un poco confusos, sobre todo el plano 2, porque encuadra en un *zoom in*, bastante cerrado que dificulta distinguir una forma, pero con la ayuda del movimiento del martillo del despertador se entender la forma visual presentada. Esta textura metálica y con iluminación fría, puede causar sensaciones decadentes y negativas. Esta atmósfera se mantiene hasta el plano cerrado del hombre despertando, luego, un *zoom out* revela que está solo, el foco se centra en su mano y específicamente en el anillo que tiene en el dedo, el hombre acaricia la almohada y sugiere lo ausente. Por último, un doble encuadre, en primer plano en penumbra, con una perspectiva que juega con el marco interior del plano, en este trayecto la cámara se aleja de un sujeto que cada vez es más pequeño y pierde protagonismo dentro del cuadro. Los movimientos de cámara son lentos y precisos, con esta actitud, el corto nos presenta una situación minimalista y sutil, que sugiere introspección más que un drama latente. La iluminación es difusa y fría, con alto contraste, justificada desde un ventanal grande.

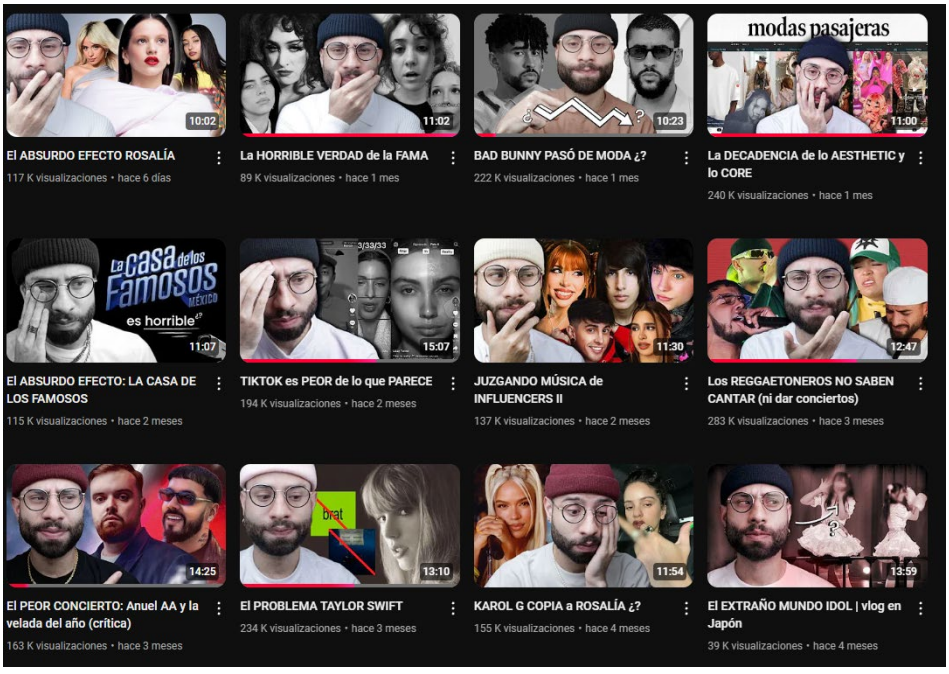
La fotografía de esos 4 planos se encargó de dar el contexto y la construcción de personaje, sin necesidad de dialogo o de una acción notoriamente dramática, sin el uso de otros elementos narrativos, por lo que podríamos considerar, esta fragmentación como un Reel, lo que nos lleva indudablemente a redimensionar las unidades narrativas en estos entornos digitales. Obviamente no hay que olvidar la importancia de los elementos en cuadro como la presencia de un actor y de

los elementos del diseño de producción, los cuales también se pueden encontrar en los contenidos en formato Reel, que pueden ser entendidos como parte de la convergencia audiovisual. La producción de las imágenes en este cortometraje, y más específicamente en esta pequeña selección, es emotiva y dista de ser únicamente un registro por estar guiada por una forma de expresión. Una característica del formato Reel, es la manera en que el espectador, dota de significado y valor estético lo fragmentado en la experiencia visual. Interesa la manera en que pueden convivir muchos tipos de pieza audiovisual dentro del formato Reel y en como estas puedan tener la libertad de tomar elementos estilísticos convencionales del cine y llevarlos a los contextos de internet. El que este discurso sea específicamente proveniente de la producción de imágenes constata la multiplicidad de sentidos que se le pueden dar a un mismo contenido audiovisual, interesa indagar sobre esa posibilidad de extender el estilo, más allá de lo explícito y lo narrativo. Por lo tanto, este ejemplo abordado es un referente importante sobre la naturaleza de las piezas que se han utilizado para indagar sobre este planteamiento.

4.6 Aproximaciones a una cultura de lo popular desde las redes: Youtuber e Instagramer Jose M.

Tanto las creencias que se ven creadas por tendencias o las expresiones visuales replicadas constantemente, se va creando sensaciones de estilo que van estableciéndose en el campo de lo social, por eso, son nociones que no deberían tomarse como aisladas. Detrás de los usuarios, siguen existiendo personas, por esto, las redes no pueden desconocer la implicación social de los sucesos del mundo digital. Un buen referente en cuanto a la relación de los usuarios con las redes sociales y los fenómenos de internet es el caso del YouTuber Jose m, del que se presenta en la imagen de la figura 15 y que cuenta con 624.000 suscriptores a la fecha de diciembre 2024.

Figura 16



Es rescatable la necesidad de aproximarse a los fenómenos que acontecen en el mundo digital, desde ese mismo punto de enunciación, como usuario y prosumidor activo de las mismas redes que investiga. Jose no habla de agentes externos a él, sino que establece esta postura participativa como un factor determinante y consciente, logrando abstraerse lo suficiente como para poder analizar de manera objetiva lo que sucede en este mundo digital, pero no tanto como para condenar indiscriminadamente elementos que no conoce a profundidad. Es una postura valiente, que un creador de contenido utilice los medios de los que habla, para hablar de ellos mismos y con ayuda de un sustento teórico, logre traer, esos temas aparentemente abstractos a términos que otras generaciones puedan comprender mejor, o que ayude a que las generaciones partícipes, puedan tener mayor conciencia del fenómeno. Para la experiencia contemporánea audiovisual, un trabajo de este tipo tiene un gran valor, para aquellos que tienen preguntas por el funcionamiento de la cultura en entornos digitales, desde la música, lo visual, el gusto y el relacionamiento en nichos.

Es aquí donde podemos integrar el término de prosumidor o del escritor operante de Walter Benjamin. Pareciera que lo más adecuado para adentrarse en un proceso de análisis de las plataformas, requiera una postura participe tanto en el consumo, como con la creación de contenido para la plataforma. Hablar de medios de producción absolutamente democratizados sería algo riesgoso, y problemático. Aunque las redes estén a disposición de todas las personas, no necesariamente estas tienen acceso a comprender, participar o interactuar con diálogos de ciertas comunidades nicho de la red. La marginalidad en los discursos no desaparece, pero se transforma, se esconde en los contenidos específicos para cada usuario. Por esto, es más que vital, ponerse en el rol de un prosumidor activo de las redes, no que pretenda entender el código clave de cada *emoji* y su uso, pero que se interese por la manera en que las comunidades convirtieron las herramientas de la red, para generar nuevos relacionamientos, estar enterado de las constantes actualizaciones, tendencias cambiantes y lo más problemático e improbable, extraerse de esta realidad su participación; y poder exteriorizar el análisis de estos fenómenos por fuera de la web. Aún con el conocimiento de estas limitaciones, parece relevante experimentar la acción de crear contenido en y para las plataformas, para comprender mejor su funcionamiento, cuestión que podría no sólo ser accesible por medio del consumo pasivo de ellas.

5. MEMORIA Y DINÁMICAS DEL PROCESO CREATIVO

La siguiente bitácora detalla etapas del proceso creativo de cada uno de los Reels creados dentro del marco de esta investigación, así como algunos otros que sirvieron como inspiración previa. Está escrita en primera persona y se desarrolló entre enero de 2023 y diciembre del 2024.

REELS Y PIEZAS CREATIVAS

5.1. Aquemini:

Figura 17



Explorando con un formato que todavía no es Reel.

Escaneando el código QR de la figura 16, se podrá acceder al Reel, directamente en la plataforma de Instagram. La creación de esta pieza fue la que inspiró esta investigación, aunque en un inicio, ni siquiera sabía si podría ser considerada como un Reel. Este video, se realizó de una manera muy diferente a las que haya desarrollado en otros entornos, tanto laborales como académicos; es una pieza que realicé con una gran holgura en cuanto a preproducción, montaje, tiempo y duración, es una de las producciones a las que más cariño le tengo y que me enorgullece desde un punto de vista personal. El proceso creativo de este Reel, me permitió utilizar las herramientas estéticas de la imagen de manera libre y de tomar los elementos de otras artes para converger en una unidad que se acerca mucho a mi gusto. En el momento en el que la estaba realizando, estaba acabando mi pregrado en Comunicación Audiovisual y me estaba debatiendo fuertemente sobre cuál era el camino laboral que quería seguir y cual sería mi enfoque en cuando al quehacer audiovisual. Aunque el cine sigue siendo una de mis pasiones, comprendo la dificultad que conlleva realizar los procesos cinematográficos, y que, para incluso, un cortometraje, se necesitan becas y equipos humanos numerosos para poder realizarse. Aun cuando, en concordancia con la filosofía de **EYECANDY**, se puede suplir este proceso desde la creatividad y la autogestión, sigo pensando en que estos procesos creativos de largo alcance, prevalece la intención narrativa de la imagen, a veces relegando la evocativa, por lo que buscaba una manera más libre de experimentar con procesos visuales, no tanto narrativos, si se quiere más poéticos y estéticos, con la forma.

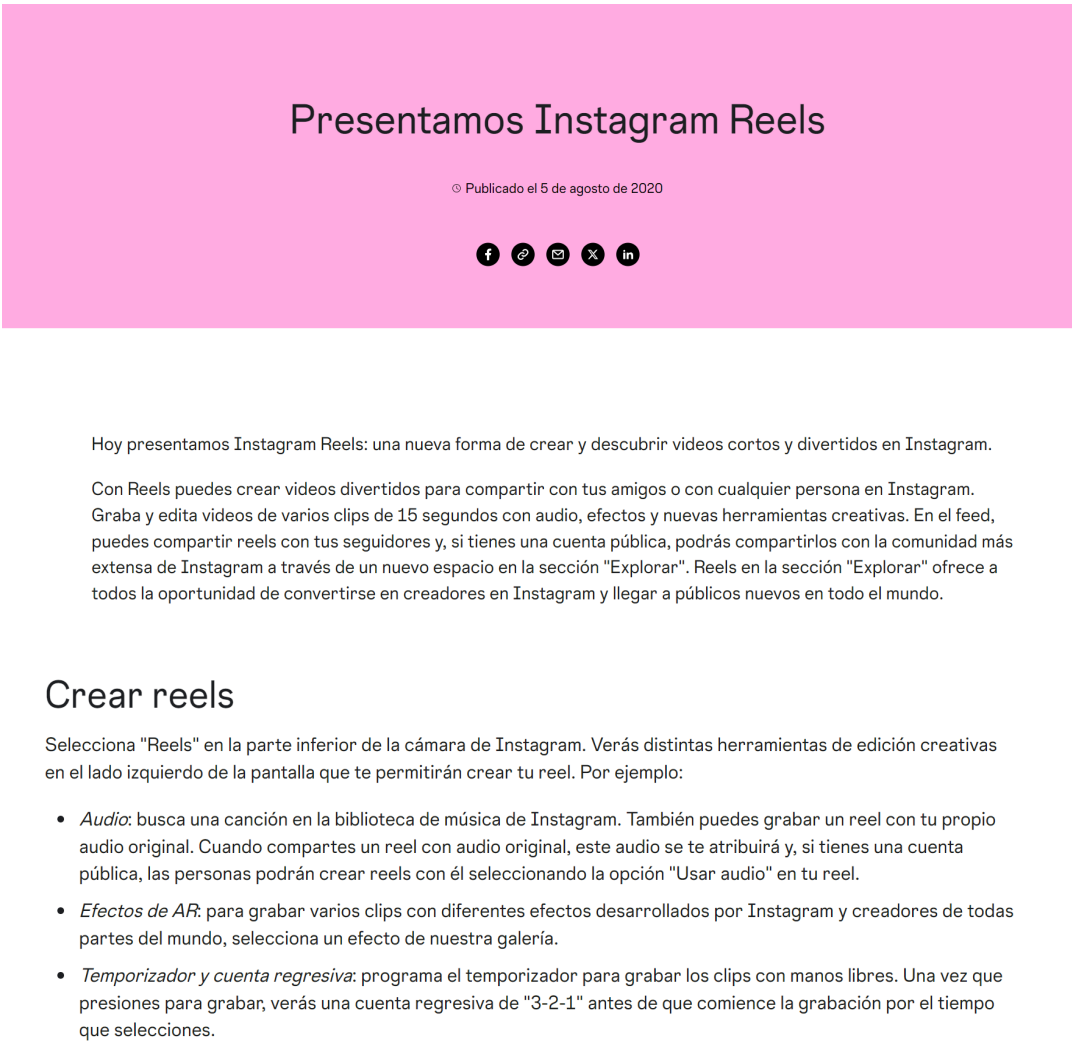
Con varios guiones de cortometraje escritos y propuestas creativas avanzadas (productos del proyecto de grado del ciclo profesional) decidí comenzar a realizar pequeños experimentos audiovisuales que no tuvieran pretensiones más allá de la de jugar con mis gustos y con las herramientas que tenía disponibles, sin detenerme mucho en normas, en el uso de elementos sujetos a derechos de autor o con intenciones de impresionar a alguien, en pro de una beca. Estos procesos que nacen de una intención externa conllevan la necesidad de expresar la imagen en términos y conceptos para poder recibir un visto bueno y proceder a la creación. Este sistema terminó por desencantarme de estos procesos, que, aunque muy valiosos para otro tipo de creadores, se convertía para mí en un proceso tedioso, más que disfrutable que sentía, coartaba la creación y muchas veces la focalizaba en usos comunes de la imagen que tenían cierto éxito asegurado dentro de estas convocatorias. Opté por la realización por la única intención de realizar, sin preocuparme por la aprobación externa. Y así fue como comenzó este proceso que llevo haciendo por varios años, comencé a crear piezas cortas audiovisuales, las cuales no necesariamente terminaba publicando, utilizando elementos de todo tipo y con total libertad, simplemente por el disfrute de hacerlo.

La llegada de las Instagram Stories con música y el Reel.

La música siempre había hecho parte fundamental de mi proceso creativo, recuerdo que cada proceso de escritura de guion, lo realizaba luego de crear una *playlist* musical, con aquellas canciones que imaginaba que escuchaban los personajes, con algunas que recordaban a los

referentes, con las que me dieran idea de las atmósferas, o por el simple hecho de parecerme acordes al *mood*. En términos de producción real de un cortometraje, con la finalidad de rodar en circuitos artísticos y festivales, la música licenciada es casi un impensado, o algo por lo menos muy difícil de conseguir. Comencé por montar a YouTube algunas de mis exploraciones audiovisuales, pero era común recibir strikes por infracción de derechos de autor, motivo por el cual no muchas de mis piezas terminaron subidas en algún tipo de soporte. Continué realizando los videos, hasta que me di cuenta, que las cuentas personales de Instagram, con la actualización que recibieron en 2018 en Norteamérica (en ese entonces yo vivía en México), que las historias publicadas en la plataforma ahora podrían llevar música licenciada que la misma biblioteca de la red social pondría a disposición de los usuarios. Esta actualización llegó en 2019 a Colombia. Esto causó que comenzara a publicar ahora con mucha más frecuencia, fotos y videos cortos, en ese entonces la duración máxima era de 14 segundos, en el formato de historias. Estas tienen la característica de que desaparecen en 24 horas, pero que cuentan con un sistema de almacenamiento, llamado historias destacadas, que permite mantenerlas públicas en el perfil, bajo las categorías que defina el usuario. Finalmente, en agosto de 2020 llegó a Instagram el formato Reel, la presentación se hizo por medio de la página web de Instagram, como se puede ver en la figura 17. El Reel de Instagram, es una respuesta al formato de video corto en TikTok, pero este formato corto no fue necesariamente implementado por la red social china, sino que surge en la red social Vine, lanzada en 2013, permitiendo a los usuarios crear y compartir videos en bucle de 6 segundos de duración, inicialmente, pues este límite se amplió hasta los dos minutos, fue aquí donde el formato de video corto tuvo un éxito rotundo, especialmente en Estados Unidos. La red social Vine cerraría en 2017 luego de ser adquirida por X, en ese tiempo Twitter. El formato corto de video se instauró como un contenido, inicialmente humorístico de fácil consumo que llamó mucho la atención de otras redes sociales. El formato de videos cortos en *Loop,* también tuvo popularidad en Snapchat, pero fue cuestión de tiempo para que la popularidad de TikTok creciera exponencialmente y aumentara radicalmente en número de usuarios. TikTok creció especialmente durante la pandemia del Covid-19, y gracias a su fusión con la red social Musical.ly desde el 2018, que añadió la posibilidad de musicalización diversa, así como un entorno básico de edición. El formato de video de Instagram Reel puede tener una similitud con el formato de video de TikTok, de hecho, es bastante común que varios contenidos son reposteados en ambas redes, sin embargo, es notable una diferencia generacional entre los usuarios de ambas redes, donde Instagram tiene una mayor cantidad de usuarios de la generación X y *Millenials*, TikTok es más popular en las generaciones más jóvenes, como la Z (*Centennials*) y Alpha.

Figura 18



Presentamos Instagram Reels

Publicado el 5 de agosto de 2020

Hoy presentamos Instagram Reels: una nueva forma de crear y descubrir videos cortos y divertidos en Instagram.

Con Reels puedes crear videos divertidos para compartir con tus amigos o con cualquier persona en Instagram. Graba y edita videos de varios clips de 15 segundos con audio, efectos y nuevas herramientas creativas. En el feed, puedes compartir reels con tus seguidores y, si tienes una cuenta pública, podrás compartirlos con la comunidad más extensa de Instagram a través de un nuevo espacio en la sección "Explorar". Reels en la sección "Explorar" ofrece a todos la oportunidad de convertirse en creadores en Instagram y llegar a públicos nuevos en todo el mundo.

Crear reels

Selecciona "Reels" en la parte inferior de la cámara de Instagram. Verás distintas herramientas de edición creativas en el lado izquierdo de la pantalla que te permitirán crear tu reel. Por ejemplo:

- *Audio*: busca una canción en la biblioteca de música de Instagram. También puedes grabar un reel con tu propio audio original. Cuando compartes un reel con audio original, este audio se te atribuirá y, si tienes una cuenta pública, las personas podrán crear reels con él seleccionando la opción "Usar audio" en tu reel.
- *Efectos de AR*: para grabar varios clips con diferentes efectos desarrollados por Instagram y creadores de todas partes del mundo, selecciona un efecto de nuestra galería.
- *Temporizador y cuenta regresiva*: programa el temporizador para grabar los clips con manos libres. Una vez que presiones para grabar, verás una cuenta regresiva de "3-2-1" antes de que comience la grabación por el tiempo que selecciones.
- *Alineación*: alinea los objetos de tus clips anteriores antes de grabar el siguiente. De esta forma, podrás crear transiciones más fluidas de distintos momentos, como al cambiar de ropa o agregar amigos al reel.
- *Velocidad*: puedes aumentar o disminuir la velocidad de una parte del video o del audio que selecciones para que puedas seguir el ritmo o crear videos en cámara lenta.

Los reels se pueden grabar en una serie de clips (uno a la vez), todos juntos o con videos de tu galería. Para grabar el primer clip, mantén presionado el botón de captura. Verás un indicador de progreso en la parte superior de la pantalla a medida que grabes. Deja de grabar para terminar cada clip.

Tomado de la página oficial de Instagram. (meta, 2020)

Instagram luego amplió la duración permitida de los contenidos y con el pasar de los años fue incorporando muchas más funciones. El Reel se convirtió en el formato perfecto para alguien cuyo proceso creativo comenzaba siempre, o casi siempre, a partir de la música, la cual, aun cuando no era siempre lo más determinante, tenía siempre un lugar muy relevante. Las posibilidades ahora eran ilimitadas, ya existía la manera de usar creaciones de otras personas de manera legal y podían ser publicadas, compartidas, editadas y comentadas en la plataforma.

El experimento que dio base a esta investigación: Explorando las herramientas y posibilidades expresivas del Reel.

El primer Reel que publiqué en Instagram fue Aquemini, que ya había publicado previamente en YouTube. El concepto básico del Reel es una reinterpretación en imágenes de la canción del mismo nombre del grupo Outkast. "Aquemini" es una fusión de las palabras "Aquarius" y "Gemini", que son los signos del zodiaco de los dos miembros de Outkast: André 3000 y Big Boi. Cada que escuchaba Aquemini (Aquemini, 1998) me daba una sensación difícil de explicar, pero relacionada al paso del tiempo y la certeza de la muerte. Las imágenes en movimiento y más específicamente, la convergencia de las posibilidades expresivas, en un formato de video como el Reel, pueden ser una manera de tratar temas de interés, desde una perspectiva más sugerente que precisa, más expresiva y emocional que concreta, la polivalencia no necesariamente debe ser un detractor de la imagen, sino que en esta experiencia se vuelve una potencialidad descubrimiento totalmente relevante. Reconociendo la incapacidad de explorar objetivamente términos y conceptos concretos, intenté explorar esta idea, un tipo de reconocimiento de la obsolescencia de todo, dentro de las pequeñas unidades de tiempo, donde todo eventualmente tiene que acabar, como los días, los cigarrillos y los vuelos de avión. Es difícil encontrar un sistema de entendimiento que vincule estos usos arquetípicos de la imagen con ideas concretas, opino que se relaciona mejor con una propuesta del productor de imágenes, a un dialogo abierto con el que sus espectadores podrán estar de acuerdo, o no, comprender o no. Esta idea de obsolescencia es también bastante explorada desde la letra de la canción, la cual luego de escuchar por bastante tiempo, comenzó a darme pistas e indicios sobre posibles usos de los elementos visuales que se me hacían relativos.

Busqué realizar planos con colores contrastados, que luego exageré aún más en el proceso de colorización, donde busqué resaltar los azules en las sombras y tonos dorados en las altas luces. También intervine el tiempo de los clips, unos están en cámara acelerada (timelapse) y otros en cámara lenta. En cuanto a la musicalización, utilicé la versión instrumental de la canción. También añadí el componente gráfico de la letra de la canción. Este Reel fue como una bocanada de aire fresco desde mi postura como productor de imágenes y más específicamente como comunicador audiovisual. Desde ese punto, comencé a crear muchas piezas pequeñas, a veces con colaboradores o a veces solo, pero siempre con la libertad creativa absoluta, algo que me permitió la llegada de este formato a entornos como los digitales.

El Reel se vuelve en la manera más libre de experimentación audiovisual.

Instagram se volvió entonces para mí, en un entorno creativo bastante relevante y pertinente para la creación de imágenes en movimiento con finalidad de ser un Reel, lo que conlleva a tener ciertas características muy específicas en cuanto a su especificidad técnica, creativa y ahora también post-estética. Esto, vuelve los Reels interesantes de hacer y de analizar, para tratar de acercarse a una comprensión del impacto social sobre el fenómeno de los videos cortos en internet y la manera en que están transformando las relaciones entre usuarios e imágenes.

El formato Reel ya no es únicamente una cuestión de forma, sino que complejiza la manera en que vemos, realizados, cambiamos, intercambiamos, reposteamos y comentamos contenidos en la web, es así como comienza el interés por el formato que da base a esta investigación. Esta intención, puede tener infinidad de resultados a raíz de la misma infinidad de los usos y maneras de las imágenes. Esta investigación trató de mantener la convicción de que no existe una única y verdadera manera de realizar y relacionarse con las imágenes en formato Reel, pero busca, desde una experiencia personal, enmarcar una de esas infinitas posibilidades, mientras se acompaña de una reflexión del proceso creativo, una reflexión sobre el uso de las herramientas y como esto repercute en la naturaleza de las imágenes.

El proceso metodológico se buscó centrar en el desarrollo, producción, postproducción y publicación de 5 Reels, inicialmente. En el transcurso de los dos años que conllevó este proceso, realicé más de 20 piezas audiovisuales que podría haber publicado en Instagram bajo el formato Reel, sin embargo, no todos permitían explorar un espectro tan amplio de la imagen y no todos permitían una discusión específica sobre temas relacionados a los usos de la imagen, es por esto por lo que finalmente, opté por seleccionar los 6 Reels que me permitían discutir, específicamente un aspecto que se relacionara con transformación de procesos y herramientas de la imagen. Cada uno de estos 6 Reels permite discutir con un aspecto de creación de imagen en entorno digital, discutir características post-estéticas impuestas por el formato y puede dar pistas sobre los usos y consumos de los prosumidores de Instagram.

5.2. Reel 1: Will he- Diálogos sobre la estetización y la intencionalidad

Escaneando el código QR de la figura 18, se podrá acceder al Reel, directamente en la plataforma de Instagram.

Figura 19



Este Reel, guarda relación con el segundo objetivo específico, pues sirve como vehículo para la problematización de las características estéticas de la imagen audiovisual en formato Reel, especialmente, haciendo una separación entre medios y formas.

Realicé este Reel partiendo de la canción de Joji, will he (Joji, 2017). Había estado en mi *playlist* [13]hace varios meses, pero un día iba caminando por la calle mientras escuchaba la canción y comencé a ver imágenes en tonos muy azules, antes de visualizar el videoclip, el cual, curiosamente tiene una dominante roja. Me imaginaba planos contemplativos en cámara lenta, con muy poco movimiento de la cámara. Este

[13] Lista de reproducción de música que normalmente se almacena en una plataforma de Streaming como puede ser Spotify, YouTube o Apple Music.

Reel tuvo un proceso creativo curioso, por que modificó el orden al que estaba acostumbrado, puesto que elementos que suelen aparecer al final de la realización audiovisual y que atañen más a la postproducción, como lo es la musicalización y el color, fueron los elementos iniciales que guiaron la conceptualización. Esta es una de las principales características que pueden tener los Reels, y es la modificación de los procesos creativos, las herramientas ya no deben utilizarse en un orden específico para la creación y es más marcado, que el uso de las herramientas sea definido por la naturaleza de la pieza, que por un manual de creación. Los planos que utilicé los había grabado unos días antes, en una tarde bastante lluviosa desde mi habitación, sin la intención de que fueran parte de este Reel, esto se puede ver reflejado en cuanto fueron compuestas de manera horizontal, no vertical. Muchas veces grabo de una manera muy intuitiva sin siquiera saber en que terminará cada plano, en ese sentido el concepto de unidad se transforma, porque no muchas veces tengo claro si cada plano compone una pieza y como se van formando las unidades visuales que posiblemente terminen siendo Reels, de hecho, acumulo varias teras de material crudo al que puede que nunca le encuentre una finalidad, pero de vez en cuando, como pasó al escuchar la canción, los elementos tuvieron cohesión y pude encontrar una unidad a partir del color de las tomas, la idea de este sentimiento, aún sin estar claro se volvió una idea, que fue guiando las decisiones en el proceso creativo. Así que realicé el proceso de pietaje del material, seleccioné los detalles que más se me hacían orgánicos con la sensación que me causaba la canción y comencé el proceso de montaje, no necesariamente desde un componente rítmico, aunque en momentos puede aparecer que se sincroniza. Realmente el proceso se basó en una asociación libre dentro del contrato de imágenes y sonido. No tenía muy claro cuál era el concepto en términos verbales, pero sabía discernir cuales elementos conversaban con el concepto que quería plasmar en el Reel. Esto es diferencial, porque estaba acostumbrado a realizar los procesos audiovisuales a partir de procesos de preproducción muy concienzudos, creía que este era el más valioso de los flujos de trabajo audiovisuales, la técnica no era más que un agenciamiento de los conceptos, obviamente marcado por unas guías narrativas en función de establecer una lógica discursiva constante y entendible. Puede que este pensamiento, se entienda como una obviedad, pero en la práctica no es tan sencillo realizar procesos con estructuras diversas, diferentes a lo que se puedan encontrar en los manuales de creación, puede no ser tan sencillo el poder desligarse por completo de las concepciones y llegar a proponer unos nuevos relacionamientos, fugas o variaciones, siempre en función de la creación propia.

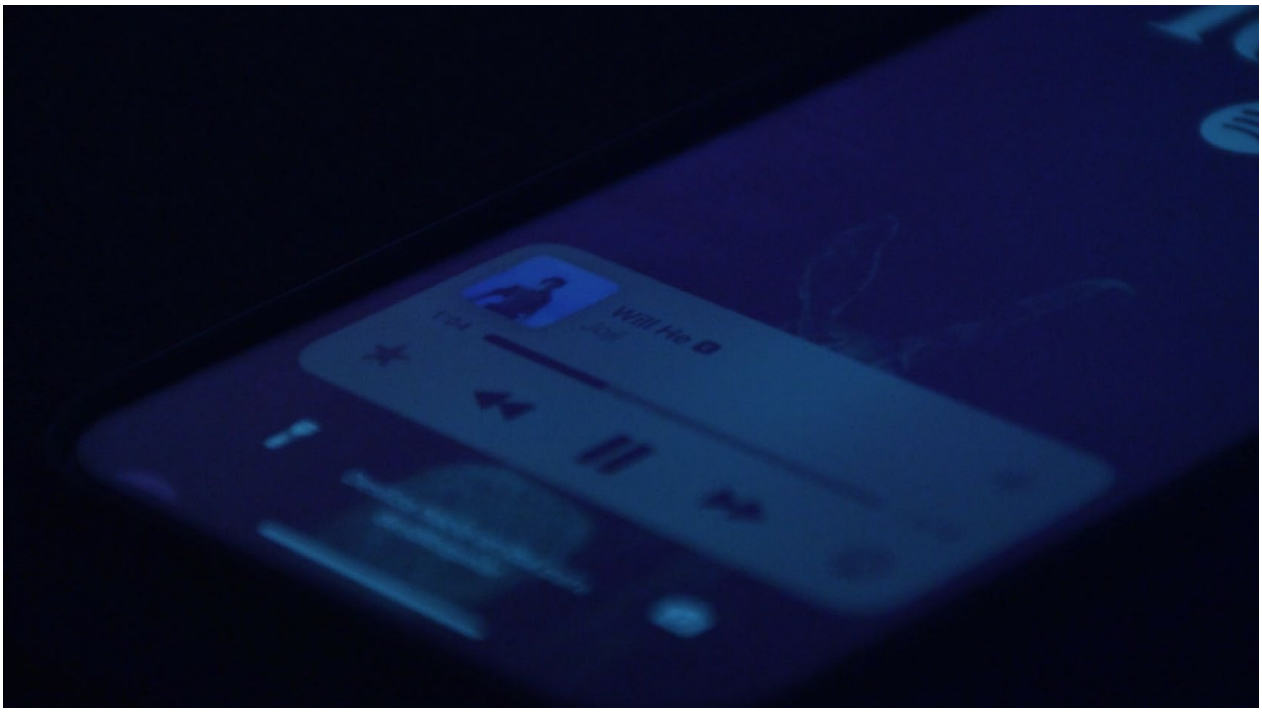
La creación de imagen es importante, para mí y para muchas personas, porque permite tratar temas que no podemos tan fácilmente expresar en palabras, aunque no por esto signifique que sea una vertiente, o una traducción de los mismos conceptos de manera exacta, y fue complejo renunciar a entender el lenguaje audiovisual como un sistema exacto, como antes me parecía que podía ser el caso de la palabra escrita, pero que incluso este tiene también, considerables fugas a la hora de su interpretación, pero poco a poco voy aceptando y encontrando un tipo de alivio en la renuncia a la pretensión del control, sobre las interpretaciones que puedan tener quienes ven mis imágenes.

Creo que las imágenes muchas veces no tienen una contraparte en texto, tampoco quiero decir que sean superiores, sino que los diferentes medios abogaran por causar reacciones a cada individuo y en mi caso, siento una emotividad mayor por las imágenes que por el texto. En ningún momento siento que esto sea un proceso singularísimo, pero siento que es valioso ver la posibilidad de quienes encuentran en algún proceso creativo, la forma evocar, sugerir o representar aquello que le interesa. Creo que esto era a lo que hacía relación Didi-Huberman cuando decía que las imágenes ardían en el contacto con lo real, y que estas creaciones son un mero dispositivo de intento de consignación de nuestro sentir y de nuestra experiencia (Didi-Huberman G. , 2018). En el caso de este Reel, se trató de un intento de consigna mediante el uso de elementos visuales, para sugerir una cohesión estética, con esto me refiero a una cuestión de estilo. A fin de cuentas, veo esto como lo característico de los Reels, no se trata de la lluvia en cámara lenta, o la música de Joji, sino de su convergencia bajo elementos que agencian la estética, que sugieren lo poético y que se enmarcan en lo social. En este caso, la carga visual fue el proceso de etalonaje, cuya comparativa se puede ver en la figura 19 y la 20. Este Reel me deja satisfecho, pues encontró su forma gracias al montaje y que a fin de cuentas logra acercarse mejor que las palabras, al momento emocional que estaba viviendo en ese momento.

Figura 20

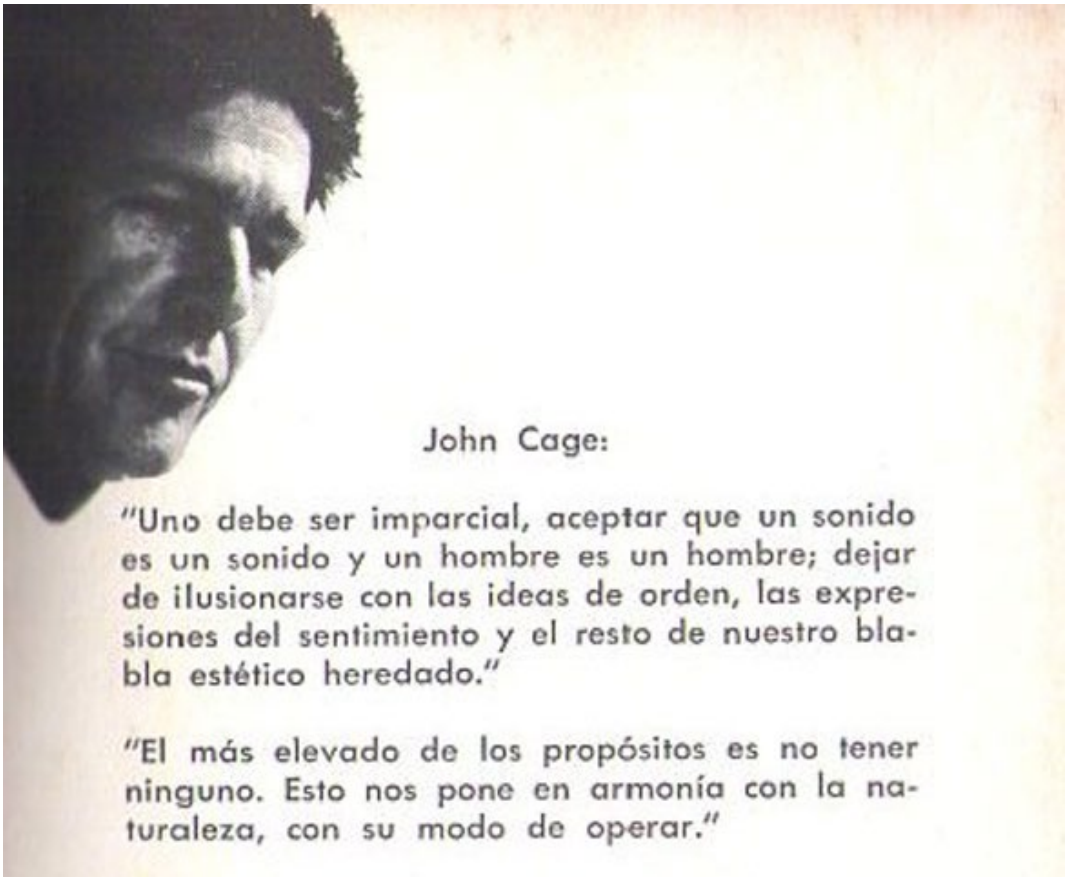


Figura 21



Comprendo que este proceso estuvo marcado por una intención de estetización, en la medida en que el estilo predomina sobre una intención narrativa, y que esta relevancia ya no depende de un sistema que, si se comprende como comunicativo, abre la discusión sobre si el mensaje utiliza el Reel como vehículo, por lo que el éxito de este proceso será juzgado en medida de que el mensaje se comprenda inalteradamente y no deje espacio a la interpretación o fallos de traducción. Si entendemos que el medio es el mensaje, que la finalidad de un Reel no es otra que la de ser un Reel, el proceso es exitoso en el momento en que se publique, que comience a existir en la plataforma, independientemente de las interacciones que cause dentro de la red social, porque ahí es donde la agencia del creador se pone en discusión. Con este Reel, comprendí la importancia de la renuncia a la agencia de intenciones autorales dentro de la obra. El autor al publicarla la pone a la disposición de los demás prosumidores, donde sus intenciones ahora son irrelevantes, puesto que los demás prosumidores juzgaran la obra única y exclusivamente desde sus perspectivas, aunque la plataforma invite a la interacción directa entre usuarios, como creadores, consumidores o como ambas. Muchas veces esta discusión ni siquiera se da en la plataforma, sino que son diálogos internos o simplemente reacciones emotivas de atracción o rechazo que no pasaran por palabras. En este sentido, la figura del autor se desvanece en el momento en que publica, pues estas imágenes ya no le pertenecen, ya sólo puede esperar que se le relacione con ellas, pero incluso ahí carece de control.

Figura 22



(McLuhan, 1969, pág. 119)

Renuncié entonces a cualquier intención de expresión de sentimiento, porque bajo el "Bla-bla" estético al que refiere John Cage, en cita de McLuhan (figura 21), son estándares heredados que buscan sistematizar el proceso creativo, que irónico suena esto, sistematizar y estructurar un proceso que quiere romper los moldes para existir bajo su propia naturaleza. Este no es un acto de rebeldía per se, no es un acto de nada, más allá del querer hacer una pieza, que cada uno a verá y juzgará a libertad.

Este Reel, permitió transitar el dialogo sobre la estética, utilizada como herramienta expresiva, mediante la experimentación en un proceso con un orden que puede no ser lógico desde métodos de producción de video previos a la era digital. Esto ayuda a trasladar el dialogo a un entorno post-estético, que conversa de una diferente con las herramientas. Lo que define lo post-estético o el uso de lo estetizante como herramienta, no es la genialidad de un autor, sino la manera en que se dan las tendencias que nacen de procesos colaborativos, que se modifican según el escrutinio público. No necesariamente se critican o se rechazan, sino que se aceptan nuevas oportunidades.

5.3. Reel 2: Viejos – El InstaFlaneur y las preguntas de afirmación sobre el entorno.

> *"El fotógrafo es una versión armada del paseante solitario que explora, acecha, cruza el infierno urbano, el caminante voyeurista que descubre en la ciudad un paisaje de extremos voluptuosos."* (Sontag, 2006, pág. 85)

Este Reel es relevante porque permite indagar sobre los procesos expresivos del Reel y como muchas veces estos renuncian a una pretensión comunicativa. Este problema, puede no parecer relacionado con las variables de herramientas o estéticas, ya que estas pueden ser mayormente relacionadas a la forma, sino referentes a el fondo. Sin embargo, siento que es en formatos como el Reel, que se permite, al renunciar a una única interpretación de fondo, usar la forma de una manera libre, experimental y diversa, que no debe dar cuenta de su pertinencia.

Etapa de conceptualización de este Reel

Parte de mi trabajo actualmente, es la producción de contenido para una institución gubernamental, lo que me lleva a visitar muchos lugares. Esto, a *priori* me parecía una limitante para el desarrollo creativo, hasta que traté de volcarlo hacia algo más positivo.

Mi descontento, radicaba en que me sacaba muchas veces de los lugares que me gustaban y se me hacían familiares, no lograba ver esto como una oportunidad para explorar nuevas visualidades, más allá de las que se me relacionan con facilidad. Decidí optar por desacomodarme convenientemente, retarme a explorar imágenes más allá de mi gusto, pero igual ver cómo podía imprimir algo en estas imágenes que se sentían tan fuera de mí. Me estaba relacionando visualmente con el espacio, no sólo con el que se me hacía natural, sino que me embarqué en un viaje aleatorio, por lugares, personas y situaciones que me permitían ver otros ángulos, otras visualidades, otros usos y otras naturalezas de la imagen. Tratar de alejarse de los puntos comunes, me parece algo pretencioso y muy difícil de lograr, porque siento que los creadores de imágenes estamos permeados por una cantidad impresionante de imágenes que nos habitan, de las que muchas veces no estamos conscientes, pero que modifican la manera en que miramos las cosas y las decisiones que tomamos al enfrentarnos al mundo con un dispositivo de captura, sea cámara o dispositivo móvil.

Una figura del observador-fotógrafo: Etapa de participación con el entorno

Sobre la agenda y la necesidad de discurso, creo que me costó mucho reconocer que muchas veces no quiero decir algo específico sobre lo que veo, me baso en un proceso en el cual libremente divago y robo, aquello que apela a mi imaginativo, a aquello que refería Susan Sontag como la emotividad o el dramatismo que podemos encontrar en las escenas de la cotidianidad (Sontag, 2006). La gran diferencia es que este proceso, para mí, ahora no debía rendir cuentas a para agentes externos, explicar o justificar aquello que estaba coleccionando, traumas que siguen en mi desde la academia y convenientemente me dediqué a tomar aquello instantáneo y apropiarme de estas situaciones, persiguiendo su visualidad para mi archivo.

No me atrevería a decir que robaba la esencia de los lugares, ni siquiera su luz. La metáfora acaba en la mera impresión de un acuerdo espacio temporal, una conversación performática en la acción de aquel que lleva una cámara, muchas veces ni siquiera pensando en un montaje posterior. En este proceso, fue que me topé con la figura del Flaneur propuesto por Charles Baudelaire (Baudelaire, 1863). Un caminante sin rumbo que divaga por los entornos urbanos, expectante de lo que la aparición de situaciones le pueda prever. Posteriormente, Benjamin y Sontag elevan este término, relacionándolo con la labor fotográfica. Posteriormente, Prada propone el Flaneur Digital, que se mueve por entornos web, lugares digitales, por medio de los navegadores y bases de datos, lo que me llevó a descubrir una figura específica a esos divagantes del mundo digital por medio de Instagram, el **Instaflaneur.** Este podría ser todo aquel sujeto que consigna y consume, por medio de sus redes sociales, una visualidad de su cotidianidad y de su entorno, o incluso documenta su relacionamiento con unos nuevos. Esto es un proceso de relacionamiento social, las imágenes en movimiento del formato Reel no son un medio de comunicación, pero si más bien un agente de relacionamiento con implicaciones colectivas y por ende, sociales. Puede que se trate de una consigna, una colección de las visualidades que se le hacen llamativas a este **Instaflaneur,** en la manera en que se refleja en aquello que ve, la imposibilidad de desligarse del punto de vista es algo importantísimo, no por eso dejan de existir puntos comunes sino porque agencia una postura. Esta postura no es únicamente juzgadora, en una medida moralizante, es una relación libre, una conversación sin términos, sin idiomas.

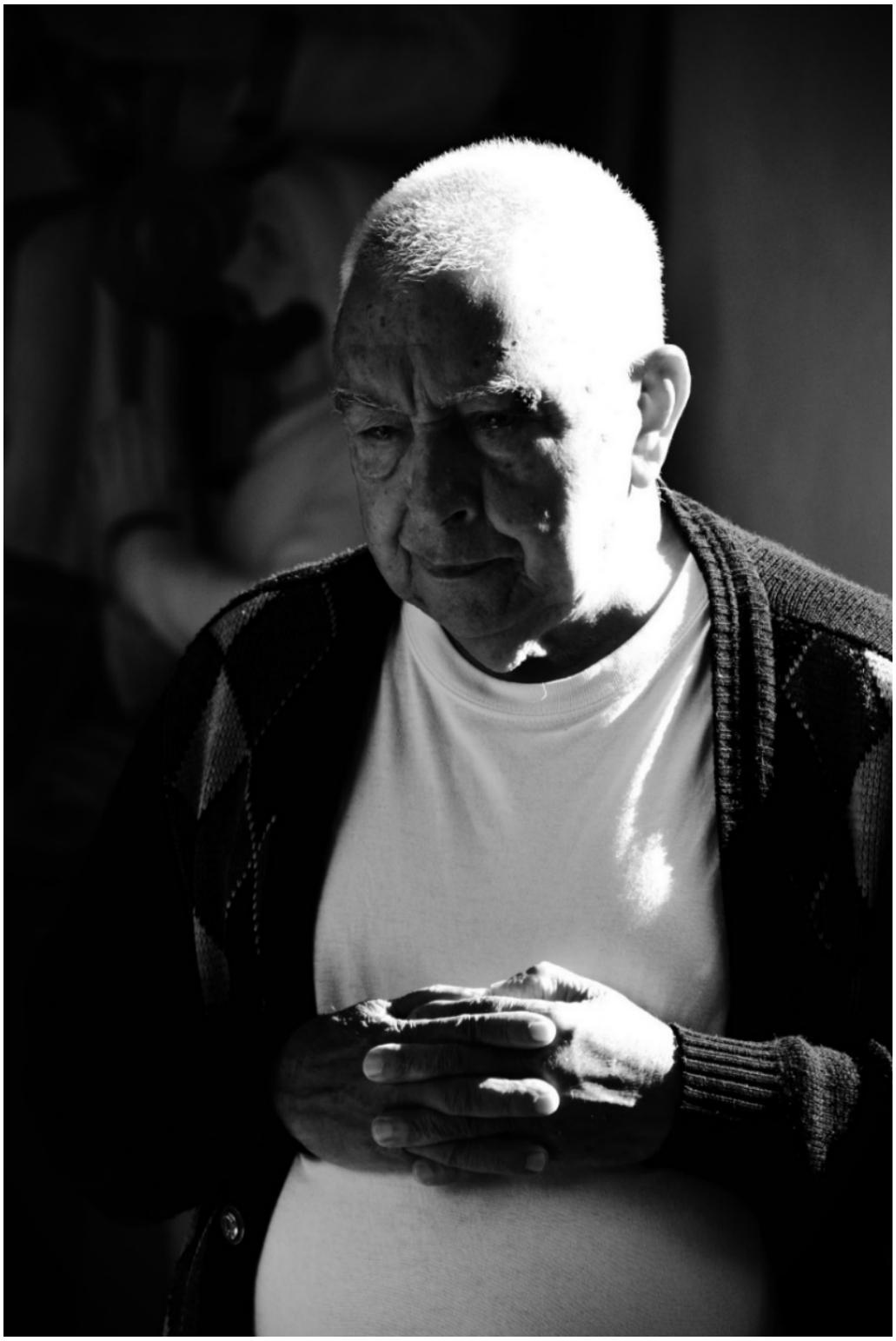


Figura 23



Proceso de realización

En el caso específico de este Reel, cuando comencé a realizar estas imágenes, en semana santa, me interesaba sobre todo la iconografía religiosa y la vejez. Estos se volvieron temas que quería explorar visualmente. Hay una marcada tradición católica en donde vivo y esto sin duda ha permeado todos los códigos visuales a los que ya estamos acostumbrados desde jóvenes, incluso las expresiones artísticas de todo tipo, como la música y el teatro, guardan una notable relación con los códigos de esta religión. En un primer lugar, lo único que quería recolectar, eran personas mayores rezando, por lo que me dirigí al asilo y al cementerio del pueblo, las figuras 22 y 23 corresponden a fotografías fijas que realicé ese día. No logré recolectar tantas imágenes y las que recolecté en los desfiles y procesiones de Semana Santa, me parecían imágenes inintencionalmente polutas, llenas de elementos y distracciones visuales que no quería, los fondos casi siempre eran más personas, había mucho movimiento y era muy complicado marcar un elemento que resaltara, una pequeña parte que hablara de este todo. Este proceso se volvió el de un divagante, que reconoce estos lugares, o por lo menos pensaba que los conocía, pero que nunca había relacionado de una manera directa, y que logré encontrar elementos relevantes para mí no desde el catolicismo, pero si desde la exploración de su visualidad. Creo que, aunque tengo una postura ante esta cultura religiosa, traté de no plasmarla en las imágenes, pero creo que fue inevitable hacerlo en el corte.

Proceso de postproducción: Primer Corte: Enlace en la figura 24

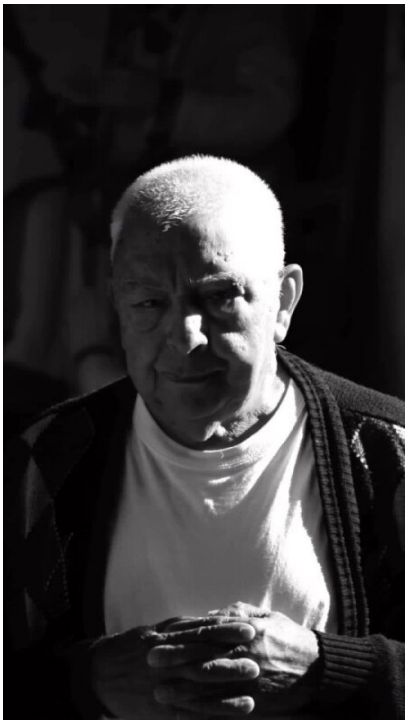


Figura 25

https://drive.google.com/file/d/1mi1an3s1FF5PYwXFCXfzgHaSqtn56iEl/view?usp=drive_link

No sé bien si por temática de la vejez o que automáticamente pensaba en el rostro viejo que aparece en el videoclip, pero siempre me imaginé las imágenes junto con la canción de Johnny Cash - Hurt.

Siento que esta canción tiene una nostalgia sobre el pasado, el sentimiento ya lejano del tiempo vivido, de los momentos felices y de la inexorable aproximación a la muerte. Desde la forma, además del uso de una melodía melancólica y acústica, Johnny Cash me parece que no canta, sino que recita la mayoría de los versos, generando en mí una nostalgia profunda, esto me parecía muy relacionable con las imágenes. Al enseñarle ese corte al asesor, me hizo darme cuenta de cómo la canción estaba tomando más protagonismo expresivo que las mismas imágenes, como si de alguna manera, estas pudieran estar en función de la música y no pretendía que una parte superara a la otra, por lo que me invitó a explorar con otras imágenes y también a explorar nuevas alternativas y, sobre todo, a crear, por medio del diseño sonoro, otras imágenes sonoras y resignificar esa visualidad por medio de los efectos y *folleys*. Tratar de darle un alcance distinto al Reel, pues temía, que pudiera caer en depender demasiado de la música para la emotividad que buscaba imprimir.

Segundo corte: Enlace en la figura 25

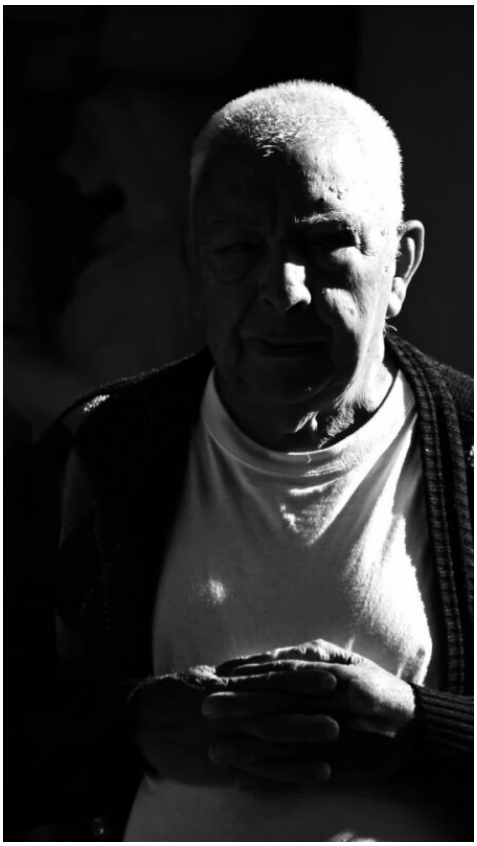


figura 26

https://drive.google.com/file/d/1nEp27cCvRH_eLAOIDQrtBufgJuvkvhaH/view?usp=drive_link

El resultado me gustó, pero creo que fue algo limitante por las herramientas que tenía, no capturé ningún audio de forma directa y experimenté con audios de librerías, con muchos efectos y distorsión, esto sin duda dio un sentido totalmente diferente a las mismas imágenes. Si bien esta era la idea con la que comencé el desarrollo, aún seguía sin imprimir la visualidad que me

imaginaba, pero la cual sabía que estaría enfocada en la exploración del contrato entre audio e imagen.

Tercer corte: enlace en la figura 26



Figura 27 https://drive.google.com/file/d/1rQEnsHB4_rff2LGKFN0-u_dSPHWc-Gk-/view?usp=drive_link

Este Reel es el que más me ha invitado a explorar el audio en su relación con la imagen, creo que puede verse claramente que la visualidad se ha conservado, retratos en blanco y negro con altos contrastes y cámara lenta, además de un poco de parafernalia religiosa, sin embargo, el audio es el componente que más ha incorporado elementos diferentes aun cuando también he sumado más planos y quitado otros. Las imágenes han incrementado en cuanto a número, pero su duración se ha reducido.

Explorando funciones de Instagram y la integración de otras obras.

Comencé a considerar el uso de más herramientas que permitiera la plataforma de Instagram, uno de los elementos que más comúnmente se utilizan en la red social son los audios, o más específicamente, diálogos de una película, que me ayudara a agenciar el sentimiento que tenía, pues sentía que estaba yendo en caminos hacia lo religioso y no tanto a una exploración por medio de la visualidad, y este era un problema que se podía resolver desde el audio. Decidí entonces agregar el dialogo del Replicante Roy Batty, interpretado por Rutger Hauer al final de la película Blade Runner de 1982.

> ***"I've seen things you people wouldn't believe. Attack ships on fire off the shoulder of Orion. I watched C-beams glitter in the dark near the Tannhäuser Gate. All those moments will be lost in time, like tears in the rain. Time to die."***
> (Scott, 1982)

> **Traducción al español*: "He visto cosas que ustedes nunca hubieran podido imaginar. Naves de combate en llamas en el hombro de Orión. He visto relámpagos resplandeciendo en la oscuridad cerca de la entrada de Tannhäuser. Todos esos momentos se perderán en el tiempo, igual que lágrimas en la lluvia. Llegó la hora de morir."***

El uso de pistas sonoras tomadas de diferentes medios es una herramienta bastante recurrente en los Reels y que sentía, no me había atrevido a explorar. Esto me llevó a reconocer ciertos temores que tengo como prosumidor de imágenes en Instagram. Lo que me llevó a tener un debate sobre el miedo que me causa la afirmación en las piezas audiovisuales, que inevitablemente tienen la potencialidad de conllevar una expresión que se escapa al control del autor. Cada vez me convenzo más que el Reel es una figura que me permite alejarme de esos miedos que sentía creando en otros formatos, porque el Reel no necesariamente es un vehículo para expresar otros mensajes, por lo menos para mí, no es el principal uso que puede tener el Reel como vehículo expresivo en entornos sociales. El Reel es la finalidad absoluta de la creación en este formato, y se podría discutir mucho sobre su potencia de instalar un diálogo, o de comunicar ideas, pero sigo pensando que no es lo más relevante sobre esta forma.

Creo que el dialogo de Blade Runner logra complementar una pregunta que tengo sobre las personas que salen retratadas en las imágenes, y es ¿qué han visto ellos? ¿la muerte barrerá con sus visualidades? ¿qué cosas habrán visto y de las que no queda registro plástico? ¿Cuándo las nuevas generaciones estén mayores tendrán una visualidad más documentada que ahora? Esta búsqueda audiovisual, sin duda me dejó más preguntas que certezas, fue un proceso personal al que me interesa invitar a otros usuarios, pero no con la intención de que se hagan los mismos cuestionamientos, sino de que encuentren los suyos y las cosas que incluso yo no puedo ver de las imágenes que realizo.

Aquí problematizo nuevamente la figura del autor o prosumidor de contenidos, relacionado con el tercer objetivo específico de esta investigación. El cual, en igual medida del que quiere fijar la

imagen, toma el azar del entorno y lo encamina a una pieza. Obviamente, reconociendo que hay artes que se encargan y se preocupan más por moldear lo que pasa frente a la cámara con intereses narrativos, y eso es valioso en una medida narrativa, también en términos estéticos y expresivos, aquí es donde el *Instaflaneur* toma relevancia, porque se trata de esta persona que tiene ciertas decisiones y agenciamientos sobre la captura de la visualidad de lo que encuentra, pero no será un proceso que en cualquier situación pudiera considerarse como fallido, si los demás no entienden a la perfección lo que los prosumidores querían evocar. Solastalgia es un videoensayo que realicé dentro del marco de la maestría. Este, fue un proyecto que combinaba muchos elementos audiovisuales, desde una escena de una película La Haine (Kassovitz, 1995) hasta material de archivo, descargado de YouTube. Incluso, Solastalgia toma imágenes de un *Fashion Film*, en el que fui camarógrafo. Encontré la conexión que hay entre el video ensayo y el Reel, en cuando pueden ser una amalgama de técnicas audiovisuales que convergen en un formato, en el caso del Reel, sería una evocación o sugerencia menos precisa, pero que se encuentran en la libertad de tomar elementos de diversos medios sin importar el uso de "reglas", sino que establece las propias y convenientemente, se da la libertad de usar la imagen audiovisual de maneras que no estaban concebidas anteriormente. El QR de la figura 27, está enlazada a la publicación del Reel.

Figura 28



5.4. Reel 3: Parqués: Emulación de lo cinematográfico

En el proceso de querer definir lo que es este Reel, me topo con un despropósito muy grande, porque creo que esa intención de delimitación busca darle sentido desde los conceptos, y más cuando debo aceptar que no los tenía muy claros en el proceso de grabación, la verdad, fue más intuitivo que pensado y en absoluto planeado. Optaría mejor por seguir diciendo que se trata de, nuevamente una relación visual con lo cotidiano, donde encuentro que la principal característica que enmarcó la edición fue la idea de hacer uso de elementos y técnicas visuales, para hacer ver más "cinemático" los planos de mi cotidianidad, en este caso, un par de personas jugando parqués.

La intervención desde la post-producción:

Creo que esta intención invitó un poco a la experimentación desde el montaje, en cuanto tenía la necesidad de probarme a mí mismo, si es posible y de qué manera, emular lo que se considera "cinematográfico" para contenidos de redes sociales. Es bastante común ver con la ligereza que relacionamos este término con ciertas nociones visuales muy específicas, como, por ejemplo, el uso del formato "alargado", como sería el caso de la relación de aspecto 2.39:1 que se considera más "cinematográfica" que la relación 16:9, más relacionada con aspectos televisivos. Este es un ejemplo claro de como las imperfecciones del cine, son emuladas en entornos digitales con finalidades de estetización, ya que, las llamadas barras negras no son más que una incompatibilidad entre formatos, ya que aparecen cuando imágenes son reproducidas en una pantalla con diferente ratio de aspecto al que fueron grabadas. A continuación, en las figuras 28 y 29, muestro la diferencia entre el uso de ambas ratios, me pareció llamativo que **CapCut** integrara este efecto de barras negras bajo el nombre de "cinematográfico", con la curiosidad de que, al momento de exportar, el Reel sigue con su ratio original.

Figura 29



Figura 30



Etapa de Colorización:

También, para emular película, es necesario el proceso de etalonaje, el cual también está ya bastante automatizado en muchos de los entornos de postproducción digital, tanto para móvil, como para escritorio, recomiendo ajustar más precisamente el contraste y la saturación de cada plano, pero creo que como set predeterminado se pueden lograr muy buenos resultados. En la figura 30 podemos ver el material crudo, con el color que salió de la cámara y en la figura 31, un *lut* o filtro de la aplicación llamado "Naranja verdoso".

Figura 31



Figura 32



Creo que lo más importante para este experimento, era que las imágenes tomaran una situación cotidiana, algo que se alejara mucho de un sentido "épico", e instaurara el dialogo visual desde una situación aparentemente irrelevante, y fue aquí, cuando en un viaje a la vereda de San Nicolás en La Ceja, me topé con la escena de dos personas jugando parqués. Inmediatamente, se remitieron a mí, las imágenes que había seccionado del cortometraje **Absence (2015) de Rob Savage.** No sé si me atrevería a llamar este Reel como una apropiación de la selección de planos que hice de ese cortometraje, pero si debo reconocer que fue el concepto que acompañó esa búsqueda de lo cinematográfico en la edición. El resultado fueron estos 5 planos, los cuales también están acompañados por una posproducción sonora que realicé en el mismo entorno de edición de Premiere.

Post-producción de audio

Este montaje sonoro se basa en un *folley* en primer plano sonoro de los dados y la canción "Escarcha" de la Sonora Santanera, ecualizada para sonar como si se reprodujera en un radio viejo, este efecto está disponible tanto en Premiere como en CapCut. Me tomé la libertad de la desincronización de los tiempos en audio e imagen, puesto que las imágenes están en un tiempo reducido.

Reflexiones sobre lo cinematográfico

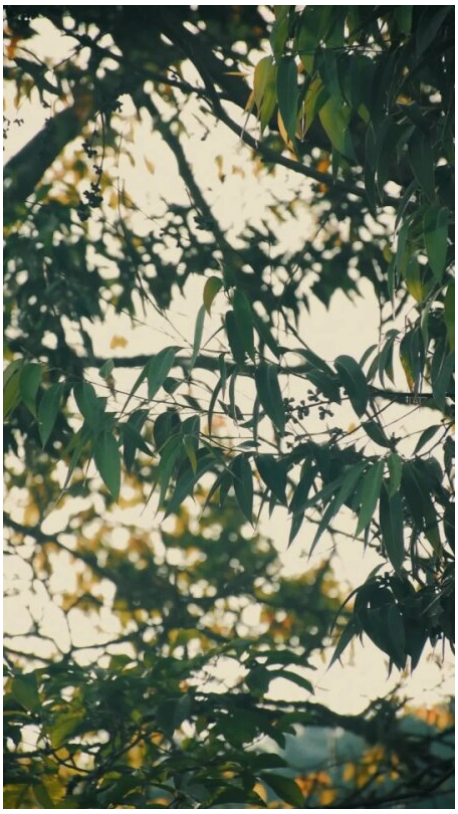
Reconozco que constantemente menciono la necesidad de una renuncia a la intención de control sobre las interpretaciones de los espectadores, esto va muy de la mano con el agenciamiento de los componentes narrativos y en este caso, fue netamente la simulación de lo "cinematográfico". En este Reel quería sugerir una situación que generara una vista romantizada de un fenómeno cotidiano. Nuevamente, me situaba como un Instaflaneur, y algo curioso que sucedió, fue que uno de los comentarios de una de mis amigas de Instagram fue: "ya lo quiero ver", como si se tratara de un *teaser* de un formato audiovisual más extenso, creo que eso habla de cómo se puede emular lo cinematográfico con ciertas pistas visuales. Es curioso como al funcionar como Instaflaneur hay un concepto de no únicamente ser observador, sino también de ser observado visualmente, muchas veces no necesariamente la corporalidad de su persona, pero sí de su mirada, creo que esta sugerencia podría ser lo único que se conserve en ese tránsito de las imágenes en Reel. La figura 32 es un QR que enlaza a la publicación del Reel.

Figura 33

PUBLICACIÓN COMPARTIDA EL 2 DE JULIO
DE JUANMCP64



5.5. Reel 4: La Cancha y Daft Punk-Creación en el montaje



En términos prácticos de la etiqueta **#CinematicVideography**, este podría ser el Reel que mejor se acomoda a la estética expandida de las redes sociales, lo grabé en una tarde que visitaba una cancha de la vereda de San José en La Ceja, no podíamos movernos de aquella cancha por el aguacero, pero esto me hizo sacar la cámara y empezar a explorar la visualidad del lugar para quemar tiempo. La búsqueda se enmarcó en la selección de planos detalle, jugando con planos cerrados del lugar, y lo que estaba fuera del, mediante el uso de un teleobjetivo 140mm.

Nuevamente, no se trató de un proceso pensado o intencionado, sino que comencé a recopilar imágenes del lugar, sin sentido u orden aparente, recorrí el lugar y logré recolectar una cantidad considerable de clips. Más tarde, mientras estaba en el camino de regreso a La Ceja, escuché la canción de Daft Punk llamada Short Circuit, y especialmente, cuando sonó la segunda parte de la pista, comencé a esbozar en mi cabeza un montaje rítmico, pero concibiendo que los planos deberían estar modificados en velocidad, entre más lentos y estáticos, creo que convergirían mejor con la pista, esto se potenció todavía más cuando encontré en internet, una versión *Slowed and Reverb.*



La mayoría de los planos tienen formas bastante comprensibles, como los árboles y la lluvia, las rejas y la cancha, pero otros como los reflejos en el charco o los primeros planos del pavimiento pueden ser un poco más confusos. La conexión entre planos nuevamente la encontré en el proceso de montaje.

Personalmente, siempre me he desenvuelto más en la grabación de imágenes. Si se quiere, es un proceso que hago mucho más desde las sensaciones y desde lo didáctico, muchas veces no con conciencia de esas pequeñas decisiones y ajustes que se hacen al enfrentarse al relacionamiento visual de un entorno y más aún cuando se trata del agenciamiento de la captura, como lo es el proceso de grabar. El ser quien graba y edita trae consigo ciertas condicionantes en los procesos de creación de imagen, pero principalmente, para mí, se trata de una ruptura de las estructuras y me llevan a comprender al montaje como al proceso más relacionado a la forma, al formato, mientras que la captura puede permanecer más relacionada al mundo, a aquello con lo que se relaciona el fotógrafo, y en ningún momento se pueden desconectar. La edición puede generar imágenes, el CGI o la animación de vectores, sin ir tan lejos, tiene la posibilidad de tomar imágenes de otros lugares y las ubica en otro lugar, creando otro tipo de pieza. Por eso, si nos centramos en este relacionamiento con el mundo, desde el punto de vista de ser quien captura las imágenes, la edición es el proceso que enmarca lo visible del mundo, que toma aquello que es colectivo y lo vuelve una unidad. En este sentido, podríamos hablar de que los testimonios que buscan algunos tipos de piezas visuales se dan efectivamente en la etapa de montaje, pero cuando los Reels no están llevadas por un sentido de construcción de conceptos, ¿qué guía el agenciamiento? Creo que en la capacidad práctica de establecer su estilo.

Podríamos debatir sobre la importancia del ritmo, la duración, la forma en que se presentan las imágenes y, de hecho, existe toda una amalgama de teorías que pueden encaminar los procesos de montaje en pro de una narrativa. En este tipo de búsqueda entrarían en diálogo elementos como el *Racord o la Continuidad*, sin embargo, incluso esto se ha visto modificado en las redes sociales y esta necesidad de pureza que le atañía a la continuidad se ha visto modificada en pro de la brevedad de los Reels. Por ejemplo, es normal detectar cortes en el mismo plano, la edición ya no

siempre busca la “invisibilidad”, la idea de que la mejor edición es aquella que no se nota, comienza a cambiar. Muchos de los contenidos que proliferan en formato Reel tienen una edición intencionalmente notoria, no solo por las ahora varias capas de elementos que se añaden, sino que se extendió a una tendencia de estilo que consiste en intervenir mucho las imágenes, dándole a estas capaz un valor estético, la estetización vuelve a aparecer. Esta tendencia creo que es de los usos más específicos y propios de la postproducción en web y ahora en redes sociales. Este fenómeno se podría considerar efectista, donde cabe lo más llamativo y rimbombante, con límites todavía impensados. El corte final está enlazado con el QR de la figura 33.



Figura 34

5.6. Reel 5: Conectarse para consumir: una reinterpretación de “lo feo”:

Figura 35



Conceptualización

Este proceso partió de un concepto al que llegué por medio de las redes sociales, en donde encontré un Reel en el que aparece una aparente entrevista al actor Willem Dafoe publicado por el perfil @ScreenwritingLA, al cual se puede acceder mediante el enlace QR de la figura 34. En este Reel el actor hace la invitación a tratar de hacer algo mal de manera intencional en cuanto a las expresiones artísticas. En este caso pone la situación de ser actor como ejemplo, “trataré de actuar mal en esta escena” o por fuera de su oficio como “trata de hacer una mala pintura”. Esto como una manera de no preocuparse, ser libre en cuestión de los resultados esperados que ahora sólo podrán ser lo esperado o en el peor de los casos, positivos. Se trata de advocarse una libertad en los procesos creación, en cuanto estos se liberan de los manuales y normas, con concepciones claras de lo que está bien y no, en pro de buscar algo nuevo. Este fue el concepto que me llevó a este Reel.

El miedo a afirmar

En un inicio sabía que quería tener, dentro de los Reels desarrollados en el marco de este proyecto, uno que me obligara a realizar un proceso de afirmación, de relacionarme, si se quiere, con algo más concreto, porque hay muchos Reels con intenciones comunicativas. Uniendo esto, con el Reel de Dafoe, llegué a la idea de hablar de lo “feo”, de aquello diferente a las concepciones de belleza audiovisual. Busqué entonces en mis archivos, planos que tuvieran fallas, imperfecciones, accidentes visuales que comúnmente llevarían a un proceso de descarte, en un proceso de pietaje estricto. Acercándome a ese espacio negativo de lo que la teoría audiovisual indica que debemos evitar, como, por ejemplo: los movimientos erráticos de la cámara, los desenfoques, los accidentes, los planos que duran poco, lo que no está bien encuadrado, lo que no está bien compuesto, lo que no respeta tercios ni ley de horizonte, los encuadres que varían, lo mal expuesto, lo pixelado, las formas no reconocibles etc.

Fue así como comenzó el proceso de representar una sensación que me causaba la ciudad de Medellín, siempre me sentí foráneo en esta ciudad, aun cuando vivía, estudiaba y trabaja en ella. Esta urbe se sentía desconocida para mí y aún todavía me considero absolutamente ignorante de lo que esconde esta ciudad y es difícil hacerme con una idea concreta que enmarque todo lo que puede significar Medellín. De lo más se me hace interesante, es precisamente su la visualidad y creo que, en este aspecto, posee mucha personalidad e iconicidad. Ya me había enfrentado audiovisualmente a Medellín, en un documental, a modo de “sinfonía de ciudad” sobre los cambios

sociales que suceden en esta ciudad al llegar la noche, grabado hace algunos años, en 2016 para ser exacto. Sin embargo, este acercamiento tenía un enfoque totalmente distinto. Ahora me centraba en esa sensación de abruma que me causaba y por la que tuve que salir de la ciudad. Quise representar esto en la imperfección de la imagen, el montaje acelerado y el uso de muchos filtros y efectos de Capcut. Se me ocurrió hacer un tipo de *"vomito audiovisual"*. Creo que con la misma prepotencia que se puede acercar un creador a pretender que lo que hace sea bello, se puede acercar a lo que es feo, me topo con que las pretensiones del sentido son un despropósito y un limitante de la creación en cuanto se vuelven medidas del éxito de un Reel, si se juzga un Reel en cuanto al éxito y precisión con que comunique inequívocamente una intención del autor. Prada ya advirtió de los factores contextuales que dotan a la comunicación de las imágenes en el internet de fugas y variaciones de sentido, pero más que verlo como un detractor, se puede ver como a una posibilidad dentro de la creación de Reels.

La crítica a las redes sociales

Acompañé esa comparsa de planos "feos" con la canción Connect to Consume de A. Swayze & the Ghosts (Blain, 2020), la cual es una muy directa crítica a la banalidad de las redes sociales y su pretensión de conexión e interacción con el fin de ser entornos de publicidad y ventas. Esta postura la comparto en cierta media, porque, aunque estoy totalmente de acuerdo con que existen bastantes peligros y grandes corporaciones usando datos en pro de generar necesidades de consumo, creo que el internet se ha revelado y ha encontrado maneras de relacionamiento muy diversas, que va más allá del uso que pretenden sus creadores. La canción nombra muchas de las redes sociales, repitiendo que es necesario conectarse para consumir, además que las redes son responsables de la ansiedad que padecen muchas personas, especialmente de las generaciones que crecieron con interrelaciones sociales mediadas por el internet. Fue lanzada en 2019, incluso antes de TikTok, que llegaría para potenciar aún más estos detractores. Aunque las redes sociales se han vuelto entornos libres de creación también son causantes de muchas enfermedades de salud mental, de estados alterados de percepción propia, como la belleza, la normatividad, insatisfacción causada por la visualización constante de lo que es considerado como aspiracional y las comparaciones que puede dar a cabo una vitrina hacia la vida de los demás, llevando a algunos usuarios a sentir un malestar porque sus vidas no son tan perfectas como podía parecer las de otros, las redes sociales en muchos sentidos han acercado a las personas y abierto posibilidades de conocimiento y visualización de muchos estímulos a los que antes no se podía acceder, pero no necesariamente esto puede ser del todo positivo.

Versiones de edición



El primer corte iba muy relacionado con la letra de la canción, por lo que quise poner los textos con la técnica del tracking y que fuera un montaje guiado por la voz. Este Reel me sacó de la zona de expresividad que estaba habitando recurrentemente y me invitó a explorar otras maneras de la imagen, incluso más acorde a las redes sociales que a las que estaba acostumbrado a realizar. Empecé esta investigación con muchos sesgos en cuanto a las consideraciones de lo que podría ser llamativo de las imágenes en redes sociales, creo que confiaba plenamente en un principio en que lo "cinematográfico" era esa concepción épica de las imágenes y que la idea transversal de creación de este proyecto era demostrar que se podían recrear y que se podía trasladar lo cinematográfico a la creación de imagen en las redes sociales. A medida que avanzaba el proceso y más me adentraba en las redes, más me daba cuenta de que no se trataba de equiparar una naturaleza de imágenes con otra diferente, porque justamente de entrada estaba aceptando una como más valiosa que la otra, pero me encontré con otros fenómenos muy interesantes como que muchas veces la imagen mediada por el internet no pretende ser cinematográfica y que esto puede estar más relacionado con unos cuantos creadores que pretendemos dar valor a nuestras creaciones en estos términos. Fue un proceso complicado, pero creo que pude llegar a entender que esa necesidad de equiparar lo cinematográfico se relacionaba con aquella frase de McLuhan, lo equivocado que es el pensar fenómenos del presente con concepciones del pasado (El Medio es el Mensaje, 1969). Ahora creo entender mejor a lo que Sorlin se refería con entidades post-estéticas, es difícil imaginar un proceso que busca la disección de los fenómenos en partes y el entendimiento concreto desde un sistema comunicativo, toparse con lo aleatorio que se está volviendo la expresividad de las redes.

En el segundo corte, opté por utilizar varios de los efectos predefinidos de CapCut, quería alejarme aún más de ese purismo de las imágenes y explorar las posibilidades que me traen las herramientas. Es curioso, pero es un proceso que siento va muy en relación del daño de la imagen en el proceso de postproducción, porque en ningún momento se busca su limpieza o su entendimiento. Es interesante tomar algunas funcionalidades del color, como lo puede ser el exaltar evocaciones, y exagerarlas en pro de la búsqueda de un estilo. Esto nos habla de que las redes responden a preguntas diferentes a la de la estética clásica, lo llamativo y causante de emociones en las personas no es lo mismo que antes, pero no están tan desconectadas como se podría pensar en primer lugar,

sino que están vistas de una manera diferente. Por el componente diferencial de la actualidad, esa noción de la temporalidad, lo más reciente recae en la responsabilidad de la novedad, mientras que lo pasado se puede mirar con una mirada romantizante o, por el contrario, despreciarla por su condición de desactualización.

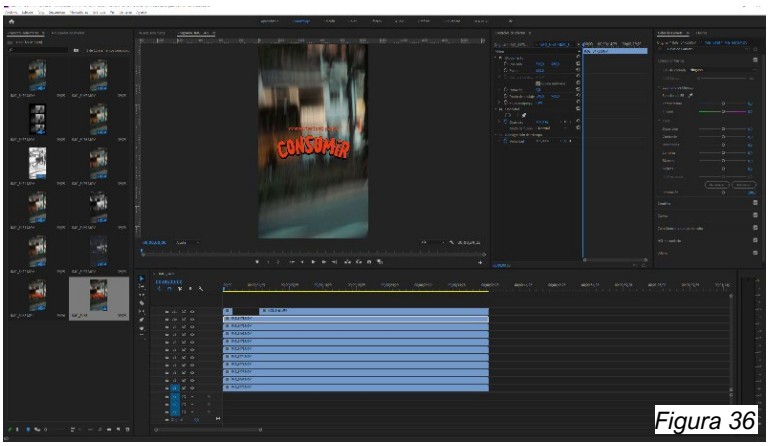


Figura 36

Para esta parte del proceso, lo que hice fue renderizar una versión sin los textos traqueados y pasar esa misma versión por una selección de 10 filtros de **CapCut** que encontrara llamativos, como se pude ver en la línea de tiempo de la figura 35. Luego de renderizar estos 10 videos, los llevé a **Premiere**, los puse como capas una sobre otra y comencé a recortar aleatoriamente, de manera que el momento en que cierto efecto apareciera no durara mucho y sólo afectara a uno o dos planos. Este fue el resultado:



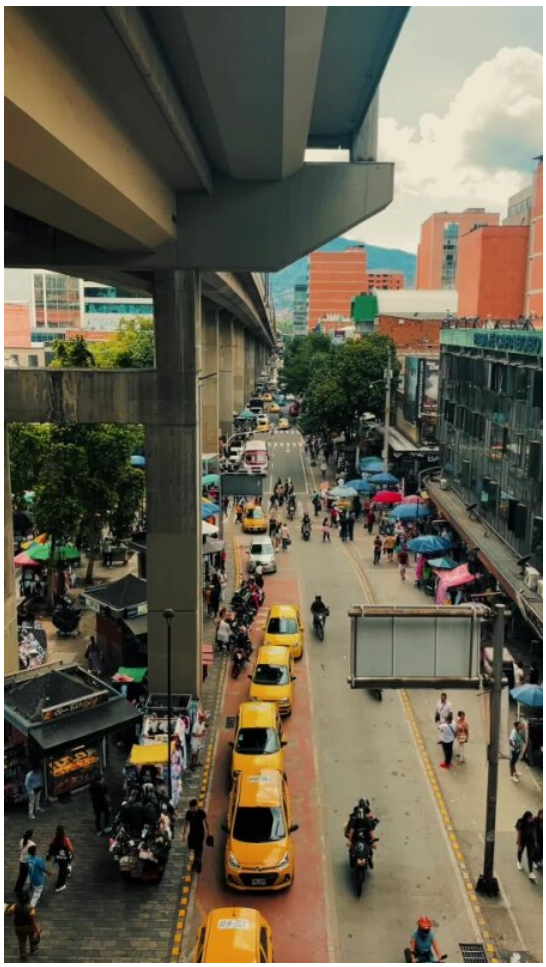
No me interesa si al ver el Reel los prosumidores lo consideran bello o intencionalmente feo, me interesa la medida en cuanto se sienta muy propia de las redes y no una adecuación de un video realizado para otro medio. Tanto las fragmentaciones, como los *glitches* y las variaciones del color tienen esa potencialidad de dar contexto de un contenido digital. Puede que este no sea mi Reel favorito, pero me llevó a crear lejos de lo que estaba acostumbrado y de maneras diferentes. Me motiva saber que las redes invitan a esto, a entender que por errático que sea un contenido, va a tener cabida dentro de la plataforma, puede que sea un contenido que apele a un nicho específico, pero no habrá expresión audiovisual tan extraña que no pueda encontrar relacionarse con algún espectador que encuentre algún tipo de valor en ella. En la Figura 36, se puede acceder al Reel, que, en este caso, está publicado desde un perfil alternativo, inicialmente la idea era que todos los contenidos iban a ser publicados en un perfil creado exclusivamente para estos, pero me di cuenta de que los contenidos estaban quedándose con pocas o nulas visualizaciones, por lo que tuve que volver a utilizar mi perfil personal para publicarlos. Aunque los números no son necesariamente algo relevante para la investigación, me pareció que era necesario asegurar un mínimo de visualizaciones que se prestaran para discusión y retroalimentación, aún cuando esta nunca fue sistematizada dentro de la misma investigación.



Figura 37

5.7. Reel 6: Medellín y metro: Ópticas móviles, la creación por medio de celular y los tiempos muertos.





La figura 37 enlaza a la publicación del Reel. Este proceso creativo, parte de que los contenidos de redes sociales pueden provenir de cualquier origen técnico o tecnológico, este fue el Reel en el que me enfrenté a la creación por medio de dispositivos móviles, los cuales son los medios de grabación más comunes en las redes sociales.

Esto puede sonar como algo básico o en alguna medida más simple para aquel audiovisual que está acostumbrado al uso de cámaras y ópticas especializadas que permiten muchas variables a la hora de una captura, y dando la impresión de que hacerlo por medio de celular trae consigo muchos elementos que automatizaran la creación, esto no es del todo cierto. En ninguna medida diría que es más sencillo, pero si haría énfasis en que es muy diferente.

Desde el punto de vista social, cambia por completo, creo que genera mucha más atención en espacios públicos aquella persona que está enfrentándose al mundo con aparatos grandes como una cámara de óptica variable, a diferencia de lo normalizado que está que cualquier persona saque su celular y comience a grabar, encontré esto como algo totalmente novedoso, porque valoro mucho ese tipo de invisibilidad, la cercanía que antes había que lograr por medio de ópticas, ahora se reemplaza por un comportamiento social que normaliza el grabar y ser grabado en entornos públicos por desconocidos.

Esa invisibilidad es llamativa, en cuanto a veces el *Instaflaneur* no quiere que los elementos en cuadro interactúen con él, no quiere que se note una conciencia del entorno de su presencia. Sentí algo muy similar a cuando grabo con ópticas no variables, que hacen necesario el proceso de moverse físicamente para modificar el encuadre, aunque algunos dispositivos cuenten con zoom óptico, lo más común es que lo tengan de manera digital y que esto comprometa la calidad en términos de resolución del Reel. Noté también una noción diferente en cuando a la intención de grabar, anteriormente me daba la impresión de que el salir con cámara me predisponía y me hacía estar atento a elementos del entorno que fuera potencialmente llamativos en un entorno visual, con el celular este proceso cambia, pues es casi que constante que está a nuestra disposición. No sé si a más personas les sucede que sienten un detractor creativo en el acceso constante a la visualidad virtual puesto que, por ejemplo, cuando me estoy desplazando en medios de transporte me encuentro mirando Instagram y cuando levanto la mirada, veo a más personas concentradas en sus pantallas. Creo que en parte se debe a que, en momentos tediosos como los desplazamientos, se pueden volver repetitivos y que se puede acusar de privilegiado a aquel cuya necesidad de transporte publico sea ocasional y no rutinaria. El privilegio está en que no encuentre aburrido el trayecto y que pueda permitirse ver menos el celular. Es curioso que el aburrimiento sea enfrentado por medio de las redes sociales, que sea la manera más directa de sacarse de la "realidad" del mundo exterior y adentrarse en una "realidad" que se pueda considerar más atractiva, más llamativa, más interesante, más adecuado al imaginario de cada persona. Este Reel parte de este concepto de levantar la mirada, de ver ese medio de transporte que se vuelve tan tedioso como lo es la Estación de Metro de San Antonio en Medellín, pero que se puede explorar de una manera distinta. La canción que usé es Watermelon Man de Herbie Hancock la cual escuché en la película Mid90s (Hill, 2018). La canción se usa en una escena donde los personajes están en una fiesta de

casa, un mismo plano y cámara fija, cortan y vuelven mostrando los diferentes cambios en el mismo valor de cuadro, esto me llevó a pensar en el paso del tiempo y desde eso, decidí usar esta canción en una situación donde el paso del tiempo se vuelva un proceso consciente y de los lugares que me dan más esa sensación de ser un lugar donde el tiempo se vuelve tan importante, es una estación de transporte masiva, en este caso la más grande del Sistema Metro de Medellín, San Antonio en un recorrido hasta la estación Universidad.

Explorando esta visualidad desde el móvil, me di cuenta de que hay unos lugares comunes de observación que se impulsan aún más por la elevación del metro, lo que permite una vista muy específica de la ciudad y en especial del centro de esta. En cuanto al proceso de intervención, quise no interferir demasiado, por lo que opté por no usar transiciones o elementos notorios más allá de los cortes, el tiempo de los planos también permaneció igual, el etalonaje sube un poco de saturación en los tonos cálidos, pero no afecta más allá de eso a otros componentes de la imagen. Acepto que, de manera no muy consciente, se me volvió costumbre el realizar los cortes al compás de la música, a veces se siente como si fueran muy largos o cortos, dependiendo de cómo se sienta con la música, por lo que cada vez me convenzo más que en estos casos quien toma el componente del ritmo y la duración, es más el sonido que la imagen.

6. RESULTADOS Y LOGROS DE LA INVESTIGACIÓN

A) CAPÍTULO 1. HERRAMIENTAS DE CREACIÓN DE IMAGEN AUDIOVISUAL EN ENTORNOS DIGITALES MEDIANTE ELABORACIÓN DE REELS

6.A.1. El uso de herramientas de creación de imagen audiovisual para la elaboración de Reels

Para comenzar, quiero hacer la salvedad de que hay infinidad de tipos de Reels en Instagram, reiterando que se trata de un formato, no de un tipo de contenido y que como puede tratar una cantidad infinidad de temas, habrá igualmente una infinidad de posibilidades de uso de las herramientas audiovisuales. Este capítulo, se centrará en detallar como se vislumbró la transición y el paso por algunas de las herramientas en el proceso de creación audiovisual, llevado a la creación en el formato de Reel, para exponer la manera en que conversan con un entorno de creación de imágenes diferente, todo esto bajo la experiencia personal. Este punto de vista, desde una perspectiva muy general, es de un investigador con una formación profesional y experiencia en el campo de la televisión, la publicidad y lo institucional, que se enfrentó a un cambio de entorno que puso en cuestionamiento mucho de lo que sabía sobre la creación de imagen. Las herramientas han cambiado y sus aportes se han adaptado. Si de algo podemos estar seguros, es que no han permanecido impolutas, pero esto no tiene que ser necesariamente negativo. Invito al lector a tener una postura abierta, a renunciar a romanticismos o predisposiciones, a estratificaciones o a descalificación de lo contemporáneo, y que más bien nos permitamos explorar este mundo digital de una manera libre de presunciones.

Ya lo dijo McLuhan, cuando estos entornos digitales estaban todavía muy distantes:

> *"La nuestra, es una época para cruzar barreras, para borrar antiguas categorías"*
> (McLuhan, 1969, pág. 10)

pero también enfrentándonos a su propuesta:

> *"Nuestra era de la Ansiedad" se debe, en gran parte, a que tratamos de ejecutar las tareas de hoy - con los conceptos de ayer".* (McLuhan, 1969, pág. 8)

No demos por hecho lo inconmensurable de estas herramientas del pasado, al concepto de creación de hoy, más bien adentrémonos en identificar cuáles son estos elementos que hacen pensar estos procesos como todavía vigentes o como arcaicos en relación con los medios nuevos. Incluso esta investigación comenzó por preguntarse antes por el formato narrativo *filminuto* y el *microrrelato audiovisual*, antes que indagar por el formato Reel, pero cambió al enfrentarse con la noción dramática que es muy característica específica de estos formatos cortos cinematográficos, pero que en últimas no era lo más llamativo para esta investigación. Tampoco indagar sobre las imágenes, pero si de los usos de los elementos visuales para causar la idea de expresividad visual, diferente a la verbal. Esta noción también se fue modificando, a medida que se explore más a detenimiento

Instagram, y entender que esta expresividad difícilmente puede ser una intención creativa que permanece sin afectación al enfrentarse a un entorno digital y nuestro relacionamiento visual con el mundo. La investigación se estaba volviendo más una idea de comparativa, o de una búsqueda de encajonamiento de las imágenes digitales en relación con las nociones y estándares de lo estético-cinematográfico, con lo cual McLuhan o Sorlin estarían en común desacuerdo, pues sería la intención de equiparar nuevas herramientas a conceptos antiguos, y es ahí donde esta investigación encontró su punto de diálogo. Porque la idea no era desmeritar lo nuevo por falta de substancia, una postura común actualmente, o criticar lo pasado por entenderlo como ahora obsoleto, sino establecer un punto de dialogo que no exalte ni romantice ninguna de las partes, sino que busque dialogar sobre las transformaciones y el constante devenir de la creación de imágenes y sus usos sociales.

6.A.2. La preproducción o el comienzo: Conceptualizar para crear

La etapa de conceptualización suele verse como el punto de partida de cada creación audiovisual, el punto cero, donde no se tiene todavía ninguna certeza de cómo será el producto audiovisual y las intenciones empiezan a converger en documentos. Enfrentarse al proceso de conceptualización en el proceso creativo de un Reel, suele tener muchas diferencias al proceso de creación audiovisual convencional al que un realizador audiovisual pueda estar acostumbrado. Y esto, es un problema de **intencionalidad**. La intencionalidad con la que se emprende un proceso creativo y el procurar que ésta, en efecto se vea reflejada la imagen, y que por ende ayude a enmarcar unas pautas para su proceso de desarrollo, es algo adoptado del cine y este a su vez lo tomó de la dramaturgia, y este otro, también echó mano de la literatura, por lo que se puede comprender la necesidad de materializar plásticamente la imagen mental que está referida en el papel, siempre se parte de lo escrito.

Pero esta manía de concreción no es adecuada cuando nos encontramos con imágenes que no necesariamente tienen una intencionalidad establecida y transversal. Incluso, es normal encontrar muchos procesos creativos de prosumidores de Reel, que no comienzan a escribir previamente lo que quieren comunicar o contar, es un proceso que puede tener su punto de partida en otros momentos. Esto se pudo experimentar en los Reels 1,2,4. Estos no están llevadas por un sentido de construcción de conceptos y lo que guía su flujo puede aparecer en la etapa de postproducción, aun cuando esta sea únicamente la capacidad práctica de establecer su estilo.

Tener un proceso divergente es natural del Reel y debe dar cuenta para el mismo formato, únicamente. Esto es uno de los factores diferenciales más importantes del formato Reel. ¿qué cambia entonces cuando el proceso creativo no es totalmente lineal? ¿Cuándo las imágenes llegan primero que las descripciones de guion o que una noción de organización argumental, por escenas y planos? Las imágenes en Reel tienen necesidades totalmente distintas y si las tipificamos bajo el Hashtag **CinematicVideography**, vemos que la narrativa no es su principal interés.

Tratar de encontrar la manera de hacer preproducción de Reel desde el punto de vista de la creación, responde más a la puesta en marcha de procesos logísticos, o intencionales, que no están

consignados en algún documento contractual o guía. Es un proceso totalmente libre y no sólo susceptible a los cambios, sino que los promueve, los busca, los potencia. Estos procesos creativos, claramente pueden basarse en un concepto, que sirve como punto de partida pero que no es absolutamente limitante. Muchas veces, el formato Reel no se preocupa por la claridad en cuanto a personajes, sus motivaciones o conflictos. Estas decisiones se hacen única y exclusivamente desde la visualidad. Los personajes existen y se definen por lo que se ve, lo que sucede dentro el plano. Si se quiere, es una realidad contenida: el entorno, las tramas y subtramas del universo y el lore[14], si no es de naturaleza visibles o escuchables, no son relevantes. La narrativa en los Reel de **CinematicVideography** únicamente responde por la misma naturaleza del formato. Es lo que se pone en él, lo que podemos ver y lo que cada usuario saque. Puede que el Reel tenga una intención transversal, pero esta puede ser de muchas maneras y con muchos conceptos, no necesariamente narrativos o de género, sino que ambiguos e incluso misteriosos.

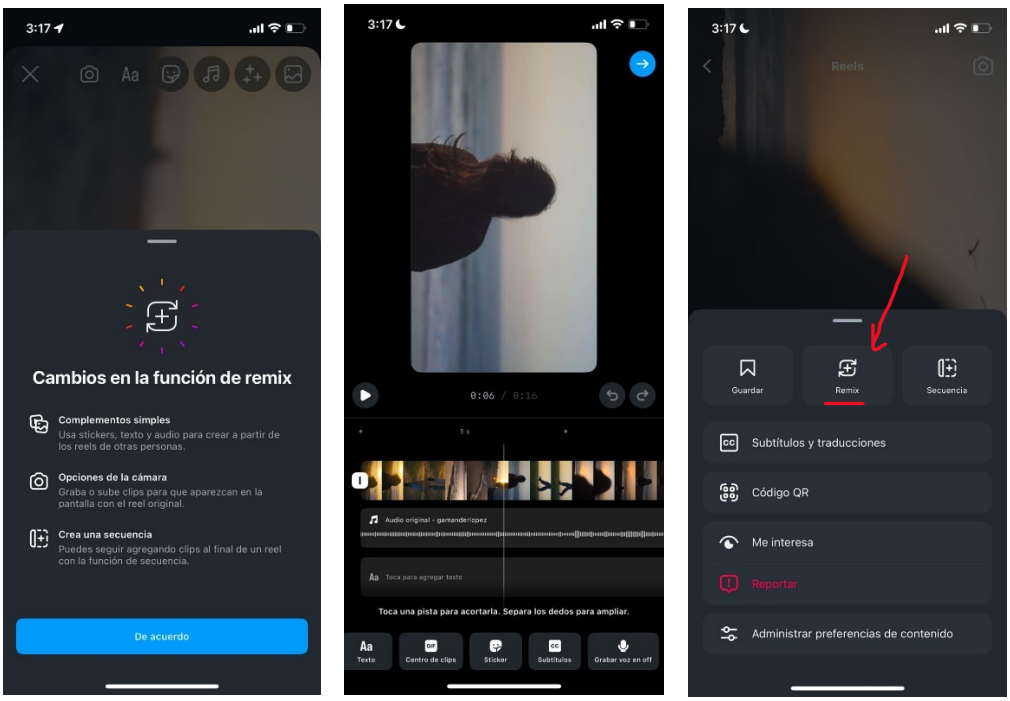
Hablando específicamente de los contenidos de **CinematicVideography,** partimos con una noción o si se quiere intención visual, que se quiere dejar clara desde el comienzo**.** Pero estos, tienen la característica de no requerir una disección en capítulos o escenas, sino un sistema de unidades que se basa en secuencias, con duración variable, que pueden ir de un plano a un máximo de entre 10 o 15 lo cual ya es considerado mucho para un Reel, pero dependiendo de la duración de cada uno. Esta cantidad de planos no es estrictamente necesaria, y como no hay cronología narrativa, su orden suele ser una decisión más intuitiva que pensada, pensando más en flujo, que en orden.

Estas secuencias responden a este mismo concepto, incluso no definido, que invita a los prosumidores a ver y a tomar su propia decisión sobre cuestionar o interactuar con el Reel. Pero no únicamente la interacción puede ser un *like* o un comentario, sino que cada usuario, tiene la posibilidad de generar un Mix, como se muestra en la figura 39.

Este Mix, se trata de un proceso de reedición de un contenido ya publicado por otro usuario, que se hace dentro de la misma red social de Instagram, la cual provee una interfaz de edición con varias posibilidades, especializadas en las necesidades del formato. En este proceso se pueden tomar los elementos que el usuario elija y que el autor haya autorizado. Entonces, se puede partir de las mismas imágenes del Reel, pero también la música, los cortes y tiempos del montaje o incluso de los filtros, además de la posibilidad de agregar el elemento que se desee.

[14] *Lore,* según el diccionario Oxford, significa "cuerpo de tradiciones y conocimiento de un tema o perteneciente a un grupo concreto, típicamente transmitido de persona a persona a través de la palabra hablada". En el ámbito del ocio, sin embargo, el concepto de *Lore* evoluciona y hace referencia a las historias secundarias o estructurales que fundamentan y enriquecen una historia principal en un mundo fantástico en el que se encuadra la historia principal.

Figura 39

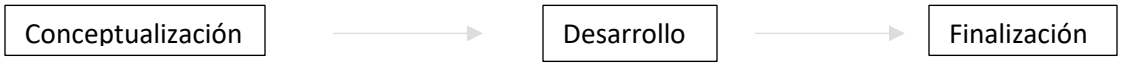


Esta posibilidad me parece que discute con los paradigmas sobre el proceso audiovisual tradicional cuando se busca llevarlo a los entornos digitales, uno puede funcionar más como un proceso que tiene un comienzo claro, un desarrollo y una finalización.

El Reel debe pensarse como un formato que se escapa de esta concepción temporal, se asemejaría más a un proceso circular, en donde es borrosa la concepción de piezas completamente finalizadas, sino que cada publicación, puede ser el comienzo de muchas otras, donde podemos comenzar el Reel desde cualquiera de las etapas, desde cualquiera de los elementos que lo puedan componer, incluso los que se consideren etapas de finalización.

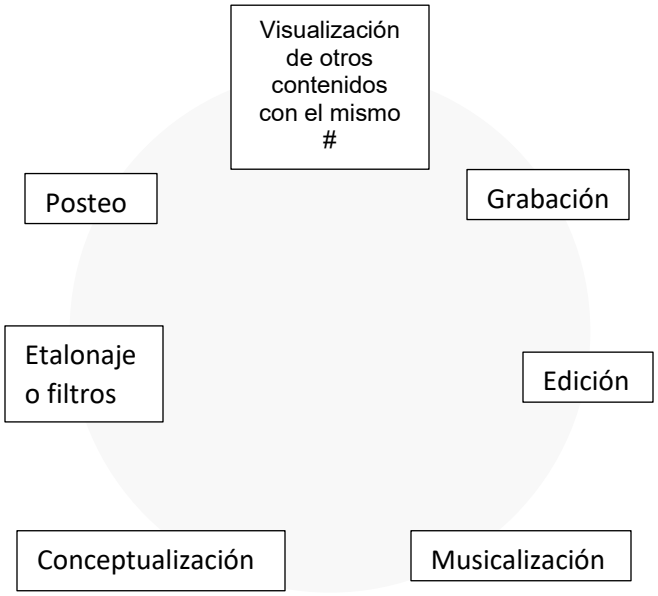
El Reel nos hace pasar, de entender la realización como un proceso lineal, como el que se muestra en la figura 40:

Figura 40



A entenderlo como un proceso que requiere ciertas etapas, pero que su orden responde a sus mismas necesidades.

Figura 41



Como podemos ver en la figura 41, no se trata únicamente de establecer un inicio y un flujo dentro del proceso de creación, sino que las etapas se pueden presentar en el orden que se quiera, cuando, por ejemplo, para el cine, es impensado montar sin las imágenes, o grabarlas sin establecer las acciones dramáticas que establece el guion. El Reel si se lo permite, es posible hacer cortes de edición basados en el ritmo de la música que luego son reemplazados con las imágenes que quiera el usuario, funciona como una plantilla. También está la posibilidad de buscar un mensaje desde material que se tenga en edición, ese fue el caso del Reel **Connect to Consume "Conectarse para consumir" (figura 34)**, donde en el proceso del montaje, fue marcado por correlación entre las imágenes, el sólo hecho de ponerlas juntas ya es un agenciamiento de discurso y las convierte en un Reel, abrazando a la libertad del formato y de la plataforma. No debe dar cuenta de si estas decisiones expresan concretamente lo que pretendía el Reel. El mismo, es lo que debe dar cuenta de sí, y obviamente con la potencialidad de generar un dialogo posterior, el cual es una oportunidad importante para hablar de la fuga y la pérdida de control como autor. Incluso si distan de lo que perciben los espectadores, es una oportunidad importante de dialogo, pues expande los parámetros del discurso, puede llevarlo a otros lugares impensados y es ahí donde las imágenes superan su formato. Aun así, pienso que el Reel existe para sí mismo y en el caso de esta investigación, no es que utilice los Reels para decir algo más allá de lo que se ve, sino que la finalidad última es la consignación de una visualidad que pueda suscitar algo más allá de lo visual, ocasionar el arder de las imágenes, la provocación a la que se refería Didi-Hubermman. Esto se da en un entorno social, digital específico, en una plataforma que me permite compartirla, independientemente de si es viral o visualizada muchas veces y alabada por los usuarios. El saber que es posible volver a

revisitar esas visualidades desde otros dispositivos y sin un limitante físico o plástico, es una posibilidad que no ofrecían otros medios con tanta holgura, estos contenidos están disponibles para todo el mundo.

6.A.3. Cambiando la orientación: Composición horizontal vs vertical

La composición es sin duda una de las herramientas más importantes a la hora de la conformación de la imagen audiovisual. Es una de las partes constitutivas del desarrollo de la imagen. Independientemente del cuidado que se le delegue a la hora de realizar la imagen, si es cuidada o no, consciente o no, la imagen lleva composición. La proliferación de las redes sociales cambió la manera en que se desarrollan los contenidos. Inicialmente, las redes sociales llegaron a los computadores, los cuales asemejaban sus pantallas a las de televisión o cine, más que todo el 16:9 y el 21:9 en pantallas *Ultrawide*[15], pero más tarde, cuando las redes sociales, se empezaron a usar más en dispositivos móviles, la orientación cambio a ser vertical, con una proporción de 9:16. Aun así, las redes aceptan múltiples aspectos y esto no significó la desaparición de contenidos horizontales o cuadrados.

A la hora de enfrentarse a una composición distinta, el prosumidor se enfrenta a una perspectiva distinta de los objetos, una manera totalmente diferente de organizar los elementos en cuadro. Anteriormente las pantallas se asemejaban más a la manera en que miramos, la ubicación de nuestros ojos en relación con lo que vemos, es horizontal. Las pantallas móviles cambiaron esto, porque priorizan la maniobrabilidad o el manejo de los dispositivos, quizá porque ya no son únicamente pantallas, sino que también son controladores, que reemplazan el mouse y el teclado con la función táctil. Este cambio afecta la forma de funcionar de la composición, que se ve modificada al estar supeditada a la maniobrabilidad de herramienta de captura.

La composición horizontal favorece al paisaje, en cuanto facilita la organización de varios elementos en relación con el horizonte, y aquí encuentro una metáfora que se puede relacionar con algunas propuestas de McLuhan, porque anteriormente podíamos ver un mundo que se organizaba en relación con el horizonte, al suelo, al eje x, pero ha cambiado, ahora, se desarrollaron las ciudades verticalmente, las personas viven unas encima de otras. Si los medios han cambiado, y nuestra visualidad también, no se trata de encontrar cual cambió a cuál, o incluso cual es mejor, sino entender como cada una se adapta a las necesidades y requerimientos de cada formato. Por ejemplo, y esto viene desde la fotografía y la pintura, la composición vertical favorece los retratos, así como favorece el registro de acciones humanas de pie, mientras que la horizontalidad, tendrá un protagonismo del entorno, de la relación entre sujeto y lo que le rodea. Es más fácil en una composición horizontal relacionar a un personaje con otros elementos, aunque en la vertical también se pueda, los cuerpos de pie se extienden mejor por la pantalla y centra la atención mucho más en los personajes que en su fondo.

[15] Formato panorámico

Los formatos horizontales, han encontrado maneras para conservarse en la nueva y cambiante visualidad de las pantallas móviles. Por ejemplo, existe la posibilidad del recorte, debido a que los contenidos no tienen una reproductibilidad en resolución 4k, esto permite la creación de los falsos movimientos de cámara que pueden ser emulados de manera digital. Muchas aplicaciones, como por ejemplo **CapCut**, permite el recorte automático de un contenido 16:9 para volverlo 9.16.

Este proceso, se da por una selección automática de los puntos más llamativos del plano, normalmente esta lectura funciona de la siguiente manera: Establece un recorte dinámico, que se desplaza por lugares de interés, los cuales, define según los lugares del plano donde detecte un mayor cambio de pixeles, es decir, más movimiento o también cuando se detecte un rostro o dos formas que interactúen una con otra. Indudablemente esto cambia la manera de ver y de retratar los espacios, los cuadrantes de composición se mantienen, pero elementos como la "ley de la mirada" deben transformarse para las necesidades de este nuevo formato.

Es muy común ver Reels que comienzan con un texto sobre pantalla invitando al usuario a girar su móvil para ver el contenido en 16:9, o plataformas como TikTok, se añadió añadieron la función de girar los contenidos, aunque también es bastante normal ver los contenidos girados, sin necesidad de aclararlo, como podemos ver en la figura 42, un ejemplo de un contenido realizado también desde la figura de prosumidor. En los Reels desarrollados dentro de la investigación, no se realizó la publicación girada para rellenar la pantalla, sin embargo, en otros contenidos externos si se utilizó.

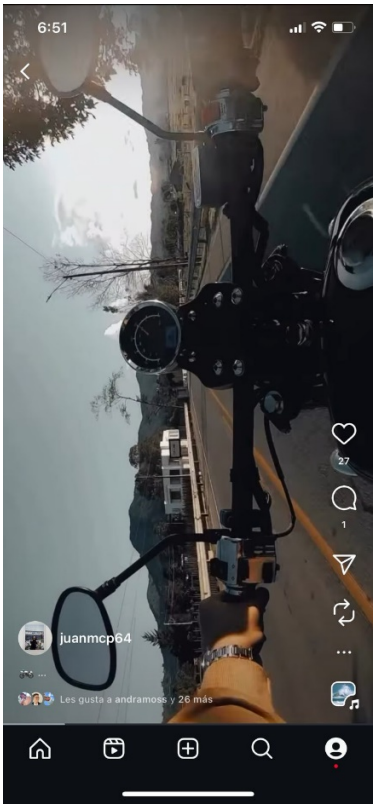
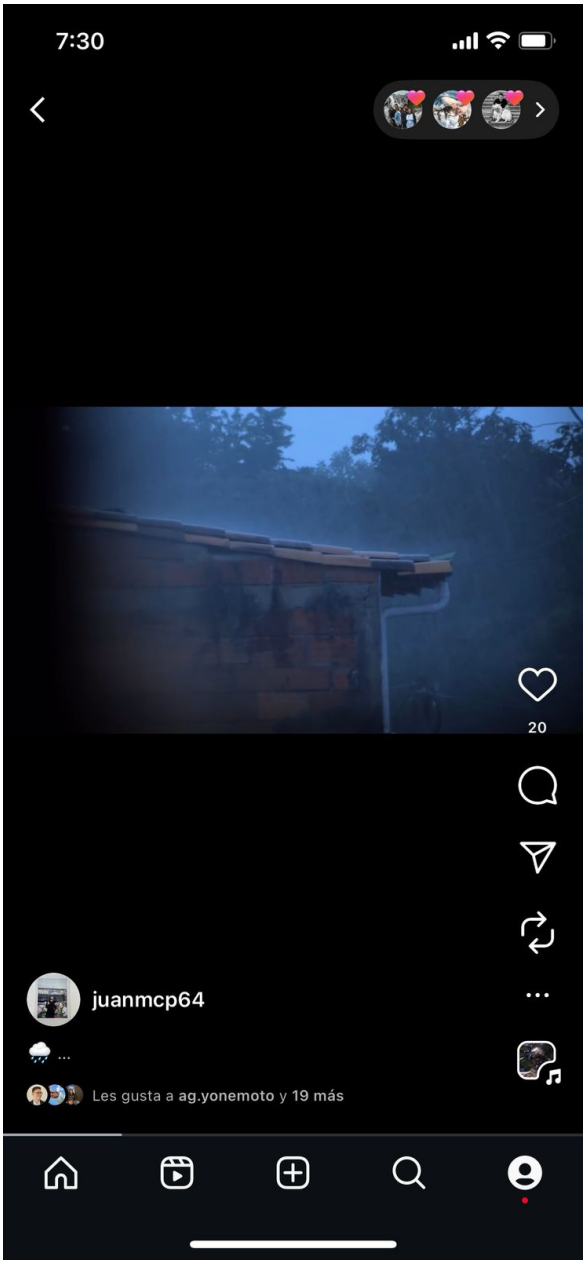


Ilustración 42

También los contenidos se montan en versión horizontal y los espacios sobrantes, como barras negras, en la figura 43 son utilizados para poner información complementaria, como pueden ser textos, subtítulos, etiquetas, entre otros. En el caso de esta investigación, dos de los contenidos fueron publicados de esta manera y no necesariamente se hizo uso de estos espacios para otras herramientas visuales. Aunque se habla de que la plataforma de Instagram reduce el alcance de visualizaciones de los Reels, no se ha confirmado a ciencia cierta y la posibilidad de publicar de esta manera sigue estando disponible.

Figura 43



Se podría decir que el sistema se adapta a la necesidad de cada uno de los Reels, un proceso de amalgama y convergencia que se va moldeando cada vez menos, en el sentido en que dispone de las herramientas que menos limiten a los prosumidores. Se podría argumentar en términos de difusión que tanto repercute el uso de cierto formato sobre otro, pero más allá que un éxito basado en números, lo que podemos es ver que las plataformas están enfocadas en extender las posibilidades técnicas, para que los usuarios también puedan tener una visión expandida de lo que pueden ser sus creaciones y la manera en que esta diversidad puede crear comunidad. Los contenidos de casi cualquier relación de aspecto y resolución también siguen teniendo cabida en Instagram, ya sea en diferentes maneras de publicarlos, como por ejemplo en post, que admite múltiples formatos sin presentar espacios en negro o como Reel recortado. Y en esta última idea, quisiera hacer énfasis porque el Reel y más importante, los usuarios, no descartan un contenido por no cumplir las ciertas características técnicas, sino que hay valores que predominan antes que este, como puede ser las evocaciones o los relacionamientos que puedan sentir los usuarios con las imágenes.

Más allá que pensar en la manera en que el desarrollo de la composición se ha ido perdiendo en los entornos digitales, creo que sería más acertado decir que este proceso se adaptó, en el sentido de que se volvió mucho más informal y no se restringe por estándares, sino que entiende cada Reel como a quien debe responder decisiones estéticas. Por ejemplo, la manera de organizar los elementos dentro del cuadro, de una manera en que el personaje se muestre en segundo plano, y el horizonte no sea visible, posiblemente fuese un elemento cuestionable desde los estándares de la TV, sin embargo, en las imágenes de redes sociales, se presta como una selección a conveniencia de los elementos que puede tomar, por lo que un plano con esta descripción podría ser aceptable, pero al mismo tiempo, tomar ejemplo de los bustos para los presentadores como tradicionalmente se componen en los noticieros. Es esta una transformación de la constitución visual de los contenidos que se compone de decisiones libres, a conveniencia y sin necesidad de ser justificadas. Esto es absolutamente valioso, pues comienza por diversificar la visualidad, aunque muchos productores de imagen opten por estandarizarla, en función de una búsqueda de fórmulas de calidad, es de valorar aquellos prosumidores que desde el conocimiento o desde el desconocimiento y simplemente guiados por la intuición, renuevan los alcances de los usos y maneras de creación de imágenes.

6.A.4. Valor a lo imperfecto:

Existe un fenómeno que se fue presentando desde el comienzo de los contenidos visuales en internet, específicamente los visuales sin incluir a los escritos, y es que se presentaba una aceptación de las imágenes aun cuando no se reproducen en la calidad más alta. Esto podría discutirse en cuanto todos los medios han hecho de sus limitantes técnicas, sus propios estándares de calidad, pero estos se van modificando y expandiendo en cuanto la tecnología avanza y lo permite. Por ejemplo, en los inicios del cine y la fotografía, el sólo distinguir una forma, podría ser considerado como algo increíble y asombroso. De igual manera pudo suceder con la llegada del color al cine, pero es curioso que cuando los avances tecnológicos actuales permiten el acceso

a dispositivos de uso doméstico con notables posibilidades técnicas, tanto de reproducción como de captura de imagen, es cuando más podemos notar, que los usuarios se han vuelto laxos en lo que conforma los contenidos de su interés. Una baja calidad técnica, no es detractor para disfrutar un contenido en internet. Los parámetros técnicos no suelen ser lo primero que los usuarios perciben de un contenido. Esto se puede ver sobre todo en memes o en contenidos humorísticos, donde la creatividad, el humor o un concepto creativo, termina por superar las características técnicas de las imágenes. Tanto es así, que muchas marcas son conscientes de que un contenido chistoso es más efectivo a la hora de hacer marketing, que algo técnicamente bien logrado.

Por esto, es posible notar en las plataformas, el uso intencional de la imperfección. Como es el caso del uso de elementos como desenfoque y desestabilización. Nuevamente, se potencia el uso de elementos que anteriormente se buscaban evitar a toda costa, hay prosumidores que han abogado por encontrar como hacer uso de estos "accidentes de producción" o imperfecciones. Existe una transformación en el proceso de pietaje del contenido, a diferencia de cuando se hace en producciones comerciales o institucionales, la selección de los elementos se presta para ser más amplia en cuanto a las posibilidades y opciones, las imperfecciones técnicas de la imagen ya no son una causal de descarte automático. No necesariamente la técnica, es lo que prima en la creación de un Reel, sino en una libre decisión de si el material funciona o no, dentro de la estética que este ha establecido para sí mismo, esto es aplicable a muchos procesos audiovisuales, no únicamente en Reels, e incluso el cine también ha renunciado a conveniencia de ciertas normas y estándares. Por ejemplo, en videos alojados en redes sociales, los saltos de racord o continuidad no son ni siquiera cuestionados por los espectadores, mucho menos la norma de los 180º o la visibilidad de los micrófonos.

Pero este fenómeno, va mucho más allá. En un primer momento, puede justificarse desde la postura de los prosumidores. Son los usuarios no especializados, los que más crean contenido para las redes sociales, a diferencia del cine o la televisión, por lo que puede existir una consciencia del fenómeno **DIY** (*Do It Yourself*, hazlo tú mismo en español). Existe una notoria proliferación de contenidos DIY en las redes sociales, los cuales se dividen en dos vertientes. Primero, los prosumidores encuentran maneras creativas y a veces no tan sofisticadas técnicamente, para emular técnicas audiovisuales, caso por ejemplo de un Plano Cenital, que ahora que se puede lograr, pegando con cinta, un celular que está grabando en el techo. Haciendo el énfasis en un proceso tutorial, en la que estas técnicas puedan ser compartidas por la comunidad, invitando a la autogestión audiovisual y el Low Cost (bajo presupuesto). La segunda, simplemente muestra los resultados, sin mostrar procesos, pero haciendo hincapié en que no fueron conseguidos mediante procesos especializados. Esta consciencia de que los contenidos no muchas veces se hacen desde un gran apartado técnico y un presupuesto destacado, genera la aceptación de ciertas imperfecciones de la imagen. Este es un punto importante, ya que notamos que la técnica no está de primera en una posición jerárquica de los elementos de la imagen, muchas veces es más importante el "contenido" o la evocación, sobre la "forma" y esto modifica por completo los procesos de creación, pero logra democratizar los procesos visuales dentro de las redes sociales,

da lugar a muchos creadores de imagen que compensan sus limitaciones técnicas con creatividad, algo bastante loable dentro de las redes sociales.

6.A.5. Adecuando la edición

La relación con la postproducción en los procesos audiovisuales es completamente nueva. Si se quiere analizar desde un punto de vista ontológico, las plataformas han potenciado aún más las posturas que defienden el montaje, como el proceso definitorio de la obra, el proceso culmen de todos los demás departamentos que componen el desarrollo audiovisual, cuando convergen para construir una unidad. No por esto, quiero decir, que se desarrolle de una manera más compleja los procesos, esto puede variar bastante, sino que cada vez, existe de una manera colectiva, posturas que revindican y reconocen la importante de la edición en los procesos audiovisuales.

Es común todavía encontrar aquel "montaje invisible", el cual hacia uso de herramientas que precisamente escondieran los cortes dentro de un fluir narrativo, pero ahora está la diferencia de que, en otros casos, el montaje no solamente se quiere hacer notorio, sino incluso a veces reiterativo, redundante, claro y directo, en cuanto quiere conservar la atención de los usuarios a toda costa y hace uso de una cantidad impresionante de estímulos audiovisuales, que no dan tregua a la distracción.

En cuando al uso de herramientas, existen varias que son especializadas para estos medios de difusión. **CapCut**, es sin duda, una de las herramientas más relevantes, pues, aunque en esencia es un programa de edición de video digital, como lo pueden ser **Premiere**, **Avid** o **Da Vinci Resolve**, está optimizado para redes sociales. Esto se puede notar en cuanto tiene formatos preestablecidos como *Story*, Reel, *post* etc. También, tiene preestablecidos y automatizados muchos elementos y procesos comunes en la estética digital, como lo son las transiciones, los filtros, subtítulos, la graficación, la edición de audio, entre muchos otros. Esto invita a usar las herramientas de la manera que cada prosumidor quiera, y en el proceso rompe barreras estéticas y narrativas. Por ejemplo, acepta elementos como *Overlays*, que anteriormente eran usados en producciones de comerciales, pero que ahora pueden ser usados como procesos de experimentación, donde la estetización prevalece, al punto de no importar el daño intencional de la imagen.

En este punto es relevante hablar de la llegada de la IA[16] y como ha modificado el proceso de postproducción. Antes, se entendía el montaje como la convergencia de los elementos grabados, de manera creativa para llegar con esto a la película. Esto traía consigo también, el proceso de pulir técnicamente los elementos que ya se habían desarrollado y en algunos casos, pero no en todos, crear nuevos. Este es el caso de las CGI[17]. Sin embargo, la IA, ha logrado sistematizar muchos de estos elementos como la eliminación de fondos sin necesidad de croma, la aplicación de *VFXs*[18]

[16] Inteligencia Artificial
[17] Imágenes generadas por computador: escenas, efectos e imágenes que se crean mediante un software informático
[18] Efectos visuales

sin necesidad de estudios especializados, el reemplazo de rostros, entre muchos otros procesos. Nuevamente, nos topamos con los órdenes cambiantes del proceso audiovisual, la postproducción no es únicamente el proceso de culminación, sino es una etapa donde todavía se están creando elementos, no solamente puliendo los existentes. Para ejemplificar este punto, podemos ver que, a la hora de crear Reels en Instagram, la plataforma permite, disponer primero de plantillas, por lo que los cortes pueden estar incluso antes que la captura o grabación de imágenes, lo mismo sucede con los filtros, sean de etalonaje, o de realidad aumentada que modifican elementos que logra mapear. También es el caso de seleccionar la música u otros elementos antes de comenzar la creación. La desconfianza de la imagen ya pasó a segundo grado de conversación, el diálogo sobre la veracidad no suele ser constante si los contenidos no son de índole periodística, la modificación de las imágenes no sólo es aceptada sino alentada, lo que da como resultado una estetización de lo irreal o lo surreal como herramienta de estilo. Es importante recalcar, el hecho de que Instagram a la hora de publicar, solicita una marca a los contenidos creados por IA.

La corrección de color puede ser realizada de una manera exagerada, intencionalmente. La necesidad del formato corto requiere establecer una identidad visual inmediata, esto conlleva a que muchos usuarios puedan exagerar el etalonaje de las imágenes. Esto en ningún momento es mal visto o criticado, la estetización extrema de la imagen, con tal de tener un distintivo visual es de alguna manera incentivado. Dentro del Hashtag CinematicVideography es muy común encontrar la emulación de daño en las imágenes, mediante el uso de efectos de *glitches*, interferencias y daños análogos como el ruido y *scratches* de película. Esto marca una ruta contraria la búsqueda de la imagen perfecta, clínica, precisa. La imagen digital en formato Reel se establece como un ente errante que no debe ser en función superior a su existencia. Tanto así, que, en ocasiones, se busque afectar las imágenes que estén muy bien técnicamente, deformarla, convertirla y volverla algo propio de cada creador. Un ejemplo claro, es el efecto de temblor de cámara, quien habría pensado que, en la era digital, se buscara la manera de emular procesos erráticos e imperfecciones. Esto también se lleva al uso del color, no guarda una relación estrecha con lo real y la necesidad de veracidad, se acerca a lo surreal, lo irreal, lo distinto, entra en diálogo con lo post-estético y termina por convertirse en el estímulo visual que resalta más, el que se vuelve protagonista en el entorno de producción de imágenes digitales. También, el uso del *Glow effect*[19], que anteriormente debía lograrse mediante el uso de filtros sobre las ópticas, ahora son un efecto fácilmente aplicado en el proceso de filtros digitales. Esto nos habla también sobre cómo se ha encontrado la manera de replicar digitalmente herramientas usadas en el cine. También, por ejemplo, es el caso de la simulación de Ojos de Pez[20]. Podemos encontrar la emulación tanto de formatos de captura, como de reproducción, así como filtros de todo tipo y lo más relevante, es el hecho de que estos, en su mayoría, sean programados por los mismos usuarios. Los prosumidores son quienes rompen los límites de la plataforma y la adaptan y moldean a sus gustos y necesidades. Esta ruptura en los órdenes de poder da pie a visualizar la democratización de los procesos de creación de imágenes.

[19] Efecto de brillo en las altas luces

[20] Lentes gran angulares con alto grado de deformación

Ya no hay que entrar a adaptar la creación al medio, los usuarios moldean las herramientas para crear a su manera. En estos momentos, donde el derecho a reproducir, editar y publicar contenidos no es una propiedad exclusiva, crea una nueva concepción de industria. McLuhan, en el entorno de la imprenta globalizada, donde cada persona puede ser editora, llama a este fenómeno como *el recurso repetidor*.

> *"Cuanto más entran en juego las nuevas tecnologías, menos y menos convencida está la gente del valor de la expresión individual. El trabajo en equipo sucede al esfuerzo privado."* (McLuhan, 1969, pág. 123)

Este puede ser un efecto contraproducente para los usuarios, quienes pueden depender cada vez menos de procesos colaborativos y enfrascarse en producciones que sólo serán visibles para sí mismos, pero esto, sigue siendo válido, en cuando las redes permiten también agenciar la audiencia, restringir la visualización de los contenidos a elección del autor. McLuhan, afirma que el ambiente creado por los usuarios no es más que su medio para definir su rol dentro de él. Si la escritura instauró el pensamiento lineal y separada de la acción, y la tv las vuelve a juntar, ¿cuál es la adaptación de las plataformas sociales? Es problemático saber en qué medida se trate de instaurar un pensamiento relativo a la acción, sin duda es relativo a la visualidad. Tal vez ya no se trate de algo tan concreto como un pensamiento, sino algo más informal como el registro de la cotidianidad, con las contradicciones y cambios que esto significa para los usuarios.

6.A.6. El origen de las imágenes para formatos de redes sociales puede venir de todos lados, desde una Red Dragon hasta un Nintendo DS:

Existe una lista de las cámaras y los formatos de grabación de estas que son aceptables para una producción de Netflix, para asegurar la calidad en su reproducción vía *streaming*. De una manera similar, un comercial para televisión necesita una serie de requerimientos técnicos, desde la información de la cámara, hasta *metadata* muy específica para la emisión de este contenido. Este proceso, se conoce como "legalización", la cual es, en términos técnicos, cumplir con los estándares mínimos requeridos para que la mayoría de los dispositivos de reproducción de video, puedan reproducir bien un contenido. Una película para ser proyectada en salas de cine, aun cuando sea de manera digital, debe cumplir con unos estándares específicos de decibles en el audio y de espacio de color, así como unos límites de luminancia y resolución. Estos procesos, no se trasladaron al mundo de las redes sociales, y es indiferente si un archivo tiene cierto códec y extensión, si está en .mov o en .mp4 h265.

Debido a las mismas herramientas de captura de video en móviles, ciertos códecs han proliferado sobre otros, pero pasar de uno a otro, no supone un reto mayor para los usuarios, ya que las aplicaciones de edición disponen de herramientas que facilitan la conversión de códecs, sin embargo, lo que sí es relevante, es el peso del archivo. Esto no llega a suponer un problema mayor por tratarse de videos de corta duración, entre los 15 segundos y 3 minutos. Esta libertad de formatos ha llevado a que los prosumidores realicen sus Reels desde los elementos de captura que tienen a la mano. Esto ha promovido el uso de herramientas e instrumentos impensados, como, por

ejemplo: cámaras antiguas, tanto analógicas como magnéticas, cámaras de seguridad, de consolas de videojuegos, escáneres, cámaras de vehículos, para la generación de contenidos en redes sociales.

Esto supone una resignificación de los usos de estas herramientas, las cuales no fueron diseñadas para la creación de Reels en Instagram, pero que superaron la funcionalidad y encuentran en este entorno, distintos alcances que van más allá del registro simplemente.

Prada asegura que este fenómeno se debe a la ubicuidad de las cámaras en la sociedad moderna, pensadas en términos funcionales pero que en la web se usaron con finalidades artísticas o expresivas, esto es aplicable también a las plataformas de redes sociales. Los usuarios no son limitados, sino antes potenciados por la diversidad de uso de sus herramientas, lo que fomenta la creación en función de la misma creación y no en términos de un espacio limitado para un sector privilegiado, esto ha generado la apertura tanto a diversos discursos o como a diversas estéticas. No únicamente las personas que tiene acceso a las herramientas más avanzadas son las que deberían producir, el Reel da un entorno en que ambos pueden convivir y generar campos expandidos estéticos y discursivos, como lo podría advertir Walter Benjamin en El Autor como Productor (1966).

Lo interesante es entender cómo funciona esta amalgama y convergencia de herencia iconográfica, que ahora se ve aplicada, puede que, de manera inconsciente, sobre la producción de imágenes, que dan cuenta del diario vivir de los usuarios, asimismo como lo que encuentran llamativo y de su interés. Se podría argumentar que estos mismos fenómenos hayan causado una inundación de creaciones en cantidad, que aluden a un olvido rápido y la incapacidad por tener un panorama completo sobre el "todo", puesto que cada minuto, se crean más y más contenidos, que terminan por perderse en un pajar de posibilidades. Aun así, es emocionante, el saber que ese mismo misterio se llena de posibilidades al enfrentarse a la plataforma y recibir diversos estímulos visuales en cada interacción.

6.A.7. Música y visualidad

En el proceso de creación audiovisual, la música ha sido vital para muchos creadores, no únicamente como proceso de musicalización del Reel en postproducción, sino como ayuda en el proceso creativo. Esto es relevante, puesto es posible que, al buscar inspiración en referentes netamente visuales, suceda que tengan mucha influencia técnica sobre el Reel, y se termine por replicar encuadres, colores o composiciones. En cambio, si se hace el proceso de referencia e imaginación, mediante la música, gran parte de estas decisiones se toman mentalmente y que, por eso, (discutiblemente) puede tener un valor creativo distinto. La llegada de la musicalización libre en Instagram supone un cambio muy relevante en el proceso creativo en redes sociales. Con la proliferación de TikTok, se hizo mucho más relevante el uso de música y sonidos licenciados. El primer ejemplo que se viene a la mente, cuando se habla de TikTok, es el de su uso en coreografías y bailes que formaban parte de *Trends* (tendencias) que reinterpretaban una canción y le beneficiaban con reproducciones en servicios de *Streaming*. Otro, es el uso de mímicas realizadas

con sonidos de película, con diálogos incluidos. Las redes sociales se volvieron un banco inimaginable para reinterpretar pistas sonoras puestas a uso libre con intenciones cómicas la mayoría de las veces. La posibilidad del uso libre de sonorización invita a la apropiación de los prosumidores y a la creación a partir de obras ya realizadas. Este uso libre de sonidos volcó el fenómeno de la viralización sobre la música, ahora las personas querían usar ese sonido poniéndose como protagonistas de la imagen, logrando cambiar la relación del sonido y la autorrepresentación de los usuarios.

Esto ha generado también cambios en la industria musical, la cual tiene una presencia directa en las redes sociales. Puede que no sea tan directo el uso comercial de la música en el campo cinematográfico o la misma industria de conciertos, el cual se basaba en producto y ventas. Ahora este proceso tiene muchos otros pasos, pero está bien instaurada en el entorno de las redes sociales, en la que pretende ventas mediante la creación de tendencias y modificación de creencias de los usuarios.

El Reel insta a la viralidad y a nuevos seguidores, lo que se puede traducir en ventas para los artísticas, desde la influencia y comercialización. Los artistas promueven las nuevas creaciones e interpretaciones a través de sus pistas, y aunque esto sea con intenciones comerciales, termina por dar muchas más herramientas y libertad, a los prosumidores.

Es importante aclarar que los sonidos licenciados que se pueden usar en Reels hacen parte de una biblioteca, aunque también se puede subir como audio original de quien publica, y se puede usar siempre y cuando la cuenta sea personal y no tenga fines comerciales, aunque la red social pueda detectar y etiquetar el sonido con otro con el que encuentre similitudes.

Dentro de esta investigación se utilizó este recurso en cada uno de los Reels, pues se volvió un elemento complementario de la imagen. Inicialmente como una herramienta que permitía establecer una atmósfera, pero que también lograba reforzar o incluso tomar protagonismo a la hora de expresar sensaciones, como sucedió con el segundo corte del Reel 2. Incluso toma un papel protagónico como en el Reel 1, siendo el primer elemento que apareció en el proceso creativo, o enmarcando el proceso de edición al dictar el ritmo de los cortes en los Reels 4, 5 y 6. Esto es especialmente relevante, puesto que logra descubrir al proceso de musicalización como un proceso no solamente oportuno, sino necesario en el proceso de producción de Reels.

B) CAPÍTULO 2: PACTOS ESTÉTICOS DE LA IMAGEN AUDIOVISUAL EN FORMATO REEL

6.B.1 La estética “extendida” o post estética del Reel, los estudios visuales llevados a las redes sociales:

Sorlin y McLuhan, estarían de acuerdo en que los parámetros clásicos de las concepciones de estética se quedarían cortos ante un fenómeno como el de las redes sociales, hace falta entonces superar esa barrera con la convicción de que las redes son quienes establecen sus pactos estéticos divergentes y que cualquier intento por verlo desde una lupa exterior, puede conllevar a un

despropósito. Prácticamente debemos plantear una desconexión de estos estándares, más hacia la comprensión de que funcionan para sí mismos. No creo que sea la pretensión de un prosumidor, al momento de crear un Reel y publicarlo, bajo la etiqueta de Dirección de Fotografía, el ganar un Oscar de la Academia. En ciertos modos prácticos, la estética podría estar definido por aquellos posts que generen mayor interacción en la comunidad, pero la verdad, es que muchas veces estos números no dan cuenta de un interés por la forma de la imagen, o la disección de los elementos visuales de la misma, sino más bien a unos intereses específicos como por ejemplo, post de celebridades. La foto más *likeada* de Instagram es la de Cristiano Ronaldo y Messi jugando ajedrez fotografiada por @annieleibovitz para @louisvuitton; esto en ningún momento instauró elementos visuales que fueran apropiados por la comunidad, más si, enriquece el bagaje iconográfico de los entornos visuales, como en su momento hizo la televisión y el cine. Por esto es interesante la reinterpretación de la visualidad, porque se desprende de muchas limitantes, como apartados técnicos o estilísticos, para abogar por la esencia de la expresión visual, por la misma existencia de visualidad.

Aquí es donde entra a discusión la selección del Hashtag Cinematic Videography, en cuanto relaciona la noción de video con la característica de tener el calificativo de Cinematográfico. Esto, no hace más que hablar de un intento de validación por parte de parámetros anteriores, herencia de la iconografía clásica occidental, pero lo supera, en la medida en que la autodenominación es lo que condiciona la creación y no agentes externos.

Es difícil establecer parámetros estéticos de las redes sociales, tal vez la concepción más acertada desde el punto de vista post-estético, es que carece de una. Nombrar algo por la falta de lo mismo, da una sensación de inconclusión bastante latente, a la par que se redunda sobre lo incomparable y el despropósito de actualizar términos per se, arraigando a sus estándares y cánones, para buscarlos en una versión más contemporánea. Podría entonces ser más correcto el acercarse a la realización de que una estética no es lo que rige el internet, o no una única estética por lo menos. ¿Pero es posible comprender la estética del internet? ¿Es correcto definir algo como estética del internet?

6.B.2 La agencia del gusto, el algoritmo y las preocupaciones generacionales

A lo largo de la investigación, se ha mencionado en repetidas ocasiones, las precauciones que se debe tener a la hora de manejar términos, como, por ejemplo, el de estética, en los entornos digitales. Inicialmente, por ser un término que ya no se encuentra tan establecido objetivamente como lo podría parecer en entornos anteriores y con medios previos a los tratados en esta investigación. Si analizamos superficialmente, ya brotan bastantes incompatibilidades que harían inaceptables Reels de hoy en día, bajo estos parámetros, los que mencionaré como “anteriores”, pero no por eso quiera determinarlos como desactualizados o incluso como obsoletos, sino que no podemos seguir evaluando los medios bajo parámetros de otras expresiones plásticas, más aún cuando el debate llega a ser más profundo si cuestionamos la posibilidad de pensar la estética en un primer lugar.

Las redes sociales y sus imágenes pueden ser analizadas dentro de una lupa de su impacto social, en relación con **un agenciamiento estético**, aunque esto nos lleve a la encrucijada de la subjetividad de cada relacionamiento entre usuario e imagen. Incluso, ahora se añade la variable de la experiencia única y performática, que cambia cada vez que incluso el mismo usuario revisita las mismas imágenes. ¿a qué nos lleva esto? A entender que no se puede hacer un análisis macro, del relacionamiento estético entre el usuario y el medio, puesto que ambos están en constante cambio, son variables que se comparan con entes mutantes. Sin embargo, se puede detectar, dentro de las redes sociales, no unas nuevas normas estéticas, sino más bien una tendencia alusiva al gusto. Puede, en muchas ocasiones ser apenas perceptible, pero innegable. El agenciamiento del gusto es lo más parecido a un ente regidor como lo sería algo estético. Partimos de consensos, pero que ya no nacen de manifiestos y que son muchísimo más endebles e incluso, algo como la sectorización generacional, ya puede suponer un deface y una dificultad del entendimiento del gusto y lo que conmueve a las personas de diferentes edades. Cuando se habla de aquello que conmueve, no se refiere únicamente de la moción de fibras sentimentales, aunque se puede incluir, bajo la etiqueta de #***WholeSome***, es posible encontrar videos relacionados a situaciones que los usuarios consideran "completos", como en pequeños momentos de la vida donde se siente una noción de realización y humanidad, que logra por momentos distraer de una sensación contraria, deshumanizadora. Pero no sólo hace alusión a esto, sino también a lo que, por ejemplo, puede hacer reír. Los memes tienen un condicionante generacional como pocos elementos de la cultura popular. Estos, sorprendentemente son cada vez más especializados y lo que comenzó como la representación visual de situaciones relacionables desde la comicidad, cada vez se vuelve una manera mucho más específica de representar sensaciones no necesariamente factibles, que cada vez son más aleatorias y cómicas, frente a una situación que antes podía ser tabú. La cultura de internet se burla de muchas cuestiones que podrían considerarse de mal gusto, sin embargo, los diálogos morales no entran en discusión.

De esta misma manera, lo que casi arbitrariamente, se presenta con el sufijo Core, es la intención de los prosumidores de crear una tendencia o nicho, relacionado con corrientes estéticas que van al "núcleo", a su origen, casi aceptando una idea de la existencia de lo esencial superficial de las cosas. Pero esta no es una idea que se explore a profundidad en estos entornos socio-digitales, es más relacionable con el uso deliberado de etiquetas que incluso la misma comunidad no busca discutir, y si lo hace, es por medio de comentarios, los cuales pueden ser fácilmente eliminados. La definición de los términos de internet, se vuelve más una amalgama de concepciones personales que se empiezan a aceptar y a mezclarse en el inconsciente colectivo de los usuarios, a tal punto que los usuarios puedan tener una idea clara de que aquello que se puede calificar como ***aesthetic***, pero no sean capaces de definirlo. Simplemente puedan calificar si es o no. Lo *aesthetic*, aunque su traducción literal, sea 'lo estético', no es eso que funciona como un área del conocimiento que pueda discutir la existencia y presencia de la belleza en unos elementos determinados, con corrientes académicas y artísticas, conocimientos pictóricos o arquitectónicos, muchas veces ni siquiera son elementos que se puedan relacionar directamente con el arte o con cuestión de diseño, es una etiqueta que se usa para determinar lo que los usuarios consideran de buen gusto.



La DECADENCIA de lo AESTHETIC y lo CORE (2024) (m j. , 2024)

Los prosumidores, en un inicio relacionaron lo estético con el *Vaporwave*, que, en resumen, es una amalgama de elementos visuales y sonoros retro, elegidos casi sin criterio, que toma elementos que considera de buen gusto. En este caben sonidos lo-fi[21], City Pop japones[22], el Future Funk[23], mezclado con arquitectura minimalista, tonos pastel y neón, escultura griega clásica y entornos digitales antiguos de Windows con *glitches*.

Pero, esto no es del todo nuevo y siempre las vanguardias pueden pecar de llamar como inventivo únicamente lo propio, aun cuando es posible que muchos de estos elementos ya hayan sido partes de una expresión anterior, no sólo la disrupción de este.

> *"Las técnicas del collage y el montaje, procedimientos típicos de las vanguardias, cooptadas por el cine y la radio, y naturalizadas en la praxis vital de la experiencia moderna se relacionan con la emergencia de esa calidad táctil, sinestésica, orgánica, que permite lo que Benjamin nombra como "recepción en la dispersión", y que, en otras palabras, se podría sintetizar en la idea de una tendencia al desdibujamiento de la dicotomía entre recogimiento y diversión."*

[21] El "lo fi hip hop" es un género que mezcla hip hop y jazz entre otros géneros. ¿Para qué? para provocar un estado relajado en las personas. Lo fi significa Low Fidelity, y este tipo de música tiene un tempo muy lento, entre 80 y 90 BPM como máximo.

[22] El City Pop es un subgénero del J-pop popularizado durante los años 1980 coincidente con la burbuja financiera experimentada en Japón.

[23] El future funk es un subgénero del Vaporwave y de la música House, se cree que empezó a emerger a partir de la década del 2010.

(Valdettaro, 2000, pág. 88)

Constantemente nos vamos a enfrentar en esta búsqueda de lo "nuevo" en función de lo reinterpretable, lo interesante podría ser como aquella "aldea global" de la que hablaba McLuhan se pueda entrever en las infinitas reinterpretaciones de elementos del pasado, difícilmente algo será total y absolutamente original. Muchas de las concepciones de lo estético, como sello de lo llamativo, es la reinvención y el movimiento de los límites de lo que se puede concebir como estético. Tal vez McLuhan se refería a un problema de terminología y sea necesario inventar o adecuar términos para describir los fenómenos contemporáneos. Sin embargo, lo interesante es contrastar el uso en la modernidad de estos mismos, sus fugas y constantes actualizaciones. Estos fenómenos no se pueden desligar de las implicaciones de la tecnología, que modifica no sólo los medios sino la manera en que las percepciones de los usuarios se moldean en relación con dispositivos de producción de imágenes.



(ChocolateGinger, 2018)

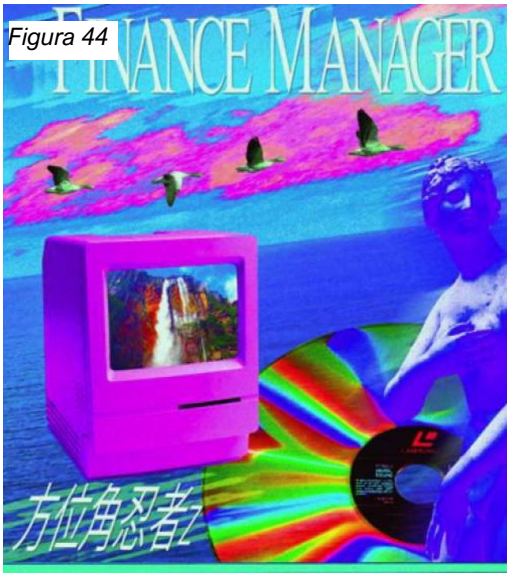


Figura 44

"El vaporwave ha resultado ser un género musical (y corriente artística en general) cuando menos polarizante, con opiniones que van desde la representación del sentir de la generación a mera basura digital sin valor. Sin embargo, la popularidad continuada de esta estética (cuyos primeros ejemplos vienen del 2010 y fueron codificados con el álbum Floral Shoppe de Vektroid, alias Macintosh Plus) no solo continúa, sino que rebasa fronteras, aplicándose a la nostalgia de cada lugar."

(Martínez, 2020)

Este "sello" de lo estético, nace a la par como una calificación sobre el *Vaporwave (*la figura 44, es un ejemplo de la estética *Vaporwave)*, pero que no se quedó ahí, sino que trascendió al uso que se le da hoy en día, en el cual define aquello que apela o toca el gusto de esta sociedad digital. Las complicaciones de relacionar el gusto en estos entornos digitales, nos llevaría a la pregunta de ¿qué encuentra llamativo cada usuario?, pero ahí es donde la unidad mínima puede que no sea la que se relacione directamente con estas tendencias, es decir, puede no ser el usuario, sino la comunidad. El usuario hace parte de la comunidad, pero en términos normales, difícilmente la puede influenciar tanto como la comunidad a él. Pero, estas pequeñas y cada vez más prolongadas, disrupciones, son lo que da pie a lo más llamativo del internet y es la especificidad. El internet, como ningún otro medio, logra crear sub-entornos, que otros podrían llamar subculturas, donde el usuario, puede encontrar aquello que apele a su gusto, convergiendo tanto con comunidad (otros usuarios) como con referentes para crear un nicho donde se prosume bajo estos mismos parámetros audiovisuales.

El *algoritmo*, es la manera en que ahora los usuarios se refieren al funcionamiento profundo de las plataformas, el cual, por medio de las etiquetas y creadores seguidos con las cuales más interactúen los usuarios, construye un *feed* o entorno dentro de la misma plataforma, adecuado a cada usuario FYP (*For you page*). Aunque prolifere una idea profunda personalización o adecuación personal, estas plataformas tienen intereses económicos que se verán evidenciados como forma de inyección, de contenidos, adentrándose dentro de estos entornos aparentemente inocuos, para presentar productos (de todo tipo, pero con finalidades específicas) a cada usuario. Es por esto por lo que más que una red social, Instagram es un entorno de intercambio de información, en muchos casos de naturaleza visual y sonora, que inevitablemente pasa por una agenda. Aunque los usuarios interactúen entre sí, lo hacen bajo los parámetros establecidos por la plataforma. Aquí, es donde se evidencia, el *algoritmo*, como un agente del gusto, al igual que lo fueron, en otros medios anteriores a las redes sociales, los programadores. Estos establecían una línea editorial para generar industria, mediante la influencia sobre una demanda y suplir la necesidad de consumo. Incluso es más visible ahora, que los entornos de transacciones y compras se han automatizado por medio de las plataformas. Por ejemplo, si veo un Reel y estoy interesado en alguno de los elementos que aparecen en él, como puede ser el caso de la ropa usada por los personajes, la cámara utilizada para grabar, los medios de transporte usados o lugares visitados, todo estará etiquetado y estará al alcance del usuario, con posibilidad de ser adquiridos a unos pocos clics.

Pero aquí es donde quiero mencionar nuevamente esa resiliencia del internet, esa necesidad de ruptura casi inherente a sí misma, en donde los usuarios, rompen las reglas impuestas por la plataforma y donde estos usan esos mismos entornos, ya conscientes de sus limitaciones para relacionarse de manera diferente, más específica, casi en clave y mucho más libre. Dejando a un lado la discusión sobre la legalidad de lo que se puede encontrar en la Deep Web, lo cual no concierne mucho a esta investigación, cabe mencionar que casi que cualquier necesidad o interés, por más extraño o específico que sea, estará suplido en algún lugar de la web.

Los prosumidores, hoy más libres que nunca, consumen, comparten y crean contenidos a su antojo, obviamente respetando las normas básicas de publicación, como desnudos, sustancias, comentarios racistas y violencia. Estos Reels constantemente están trasgrediendo las barreras de lo presentado en otros entornos visuales, tomando a su antojo y conveniencia lo que quieren, y desechando lo que no. Si pensamos que son ladrillos que conforman una pared, los Reels serían ladrillos que no comparten forma, tamaño o color. Con lo diferente que puede ser cada unidad es complicado tratar de hacerse una imagen o encontrar un término que unifique la variedad de lo visual en Instagram, la multiplicidad de las estéticas, que se crean y desaparecen con igual rapidez. Tal vez no se trate entonces de un sistema definitorio de lo que es atractivo, sino más de entender el relacionamiento más profundamente, de los usuarios con lo visual y entender que no solamente esta conversación pasa por lo considerado bello, sino también lo chistoso, lo valioso, lo útil, lo entretenido, pero también lo bizarro, lo morboso, lo relacionable, lo que toque cualquier tipo de sensación en el consumidor. A partir de esto, el usuario producirá contenido sobre esto que ve, sea como reacción, como comentario, un *repost*, un *reedit*, o un contenido nuevo basado en su interés y su creencia. Ya Benjamin lo advertía, en cuanto las expresiones artísticas, tenderían cada vez más a desdibujar la dicotomía del recogimiento y la diversión, por lo que, en lo estético, entraría también a converger lo entretenido.

C) CAPÍTULO 3: MANERAS DE USO Y CONSUMO DE IMÁGENES AUDIOVISUALES EN FORMATO REEL

6.C.1. El Instaflaneur:

Figura 45



Desde Baudelaire se ha teorizado bastante sobre la figura de aquel divagante, de la figura de aquellos parisinos que caminaban por las calles observando lo que le presenta su entorno. El Flaneur es un paseante, un caminante sin rumbo, sin afán, sin agenda, sin preocupaciones. Tanto en Baudelaire como en Benjamin se pueden evidenciar cuestionamientos constantes sobre la modernidad, en este caso del individuo enfrentado a un entorno urbano que posee unas características históricas y políticas muy definidas que condicionan su existencia. Posteriormente, Benjamin debatió el alcance de esta figura, dotándole características específicas que superan la definición de "caminante", como lo es "la mirada particular del *Flâneur*". Benjamin lo describe como un sujeto con la característica de poseer sentidos agudos, que le permiten descubrir y develar lo no dicho de la ciudad, sus lugares, sus objetos, sus protagonistas y su visualidad. Tanto Benjamin como Baudelaire hablan del proceso

de tránsito entre lo pictórico y la llegada de la fotografía, como se puede ver en el ejemplo de la figura 45. Aunque en un inicio se instauró la discusión más en la llegada de la tecnología fotográfica en términos mercantiles. En un inició se concibió la fotografía como el reemplazo de los registros de retratos de personas aristócratas en París, de aquellos *Dandys,* por lo que varios de estos primeros fotógrafos se encargaron de vender una confianza en el proceso mecánico y del invento de Daguerre y Niépce, precisamente para lucrarse de representar la opulente vida de unos pocos en la ciudad. Posteriormente, Benjamin vislumbra una discusión sobre los intereses de la fotografía en cuanto debía trascender únicamente una preocupación técnica de la captura y ahondar en la naturaleza de las implicaciones artísticas de un dispositivo de reproducción. Esa dicotomía nunca abandonó del todo a Benjamin y supo explicar tanto bondades como detractores de la apropiación masiva de los medios de producción de imagen. En este punto es donde se conecta el *Flaneur* con la fotografía y donde comienza a "coleccionar" todas estas visualidades que encontraba. Este apartado tiene que relacionarse, obligatoriamente con una postura situacionista, un relacionamiento condicionado por la concepción ocasional del entorno, principalmente influenciado por factores no controlados, eventualidades y situaciones fortuitas pero que son propias de los lugares a los que se acerca el *Flaneur*. Pero esto fortuito, en ningún momento es irrelevante, sino que, por el contrario, despiertan en el *Flaneur*, la sensación de que se está enfrentando a una situación única, e irrepetible. Retomo el problema de modernidad tratado por Benjamin desde la visualidad, que concibe como una herramienta de consciencia de la realidad. El coleccionar, no es lo mismo que el ver, en cuanto un tiempo diferencial de apreciación de estas imágenes puede invitar a pensar nuevas configuraciones del entorno.

> *"Es un mero observador que pasa inadvertido y encuentra en ello una independencia incomparable: se siente* ***libre en su deambular y en su anonimato****. Es de esta manera, renunciando a la propia individualidad, como* ***la ciudad se convierte en la verdadera protagonista****."*
>
> (El Flâneur y la devoción por la ciudad, 2019)

Sandra C. Valdettaro complementa aquello que Baudelaire llama "*el placer fugitivo de la circunstancia",* con la noción de que va más allá, y tiene implicaciones más profundas de lo que a priori puede ser una romantización de lo incontrolable, y el dotar de calificaciones de belleza a estos accidentes, Valdettaro lo dice en el sentido de que también es una búsqueda de la modernidad y de problematización de la vida urbana:

> *"Modernidad es: lo transitorio, lo fugitivo, lo contingente; la novedad del presente como cualidad esencial de la vida"* (Valdettaro, 2000, pág. 97)

Estos enfrentamientos visuales con el entorno eran también una manera de complejizar un conocimiento integral sobre el funcionamiento de las urbes, en cuanto las volvía más conscientes, más palpables, más reconocibles por la relación de la fotografía con la realidad.

"La unión entre arte y tecnología constituía estructuralmente una vía hacia la liberación total de la imaginación de sus componentes mítico-oníricos, reasignándoles una función social." (Valdettaro, 2000, pág. 90)

Aquellas advertencias de Benjamin sobre las potencialidades de las apropiaciones masivas del arte gracias a la tecnología, la movía a otros ámbitos, en este caso, al de las relaciones sociales, en cuanto propone lecturas que van más allá del conocimiento específico y especializado, y permite lecturas diferenciales, polisémicas, multifuncionales, en todos los términos, más democráticas.

Benjamin advierte dos principales fenómenos de la masificación de las tecnologías de producción, primero la pluralidad de las concepciones, pero también de la pérdida del "Aura", ese factor referente a la autenticidad que brinda el arte, por el factor de la exhibición limitada. Podemos encontrar en el ensayo sobre Alfredo Jaar, específicamente el de Didi-Huberman, llamado "la imagen que quema" (Didi-Huberman G. , 2014) en que hay muchas fotografías cuyo valor histórico, por lo que registra, es innegable y reconocido de una manera casi objetiva, se consideran fotografías relevantes, refiriéndose en gran parte a las fotografías bélicas. Pero estas, no son las únicas que pueden poseer un valor, lo que diferencia es la especificidad de este valor y sobre todo la sensibilidad de los espectadores como condicionante para encontrar relevancia, por el motivo que sea, en esto aparentemente irrelevante, y que va más allá de lo relacionado con los sucesos que retrata la imagen, a adentrarse más en un componente visual que no necesariamente debe pasar por el razonamiento político o social del espectador, sino que llega directamente a sus sensibilidades y genera estragos, se conmueve de una manera singular, que muchas veces puede no pasar por conceptos o palabras. Este ente, guarda una relación con lo que podemos llamar visualidad, a lo que Walter Benjamin denomina **inconsciente óptico** (Benjamin, Breve historia de la fotografía, 1931, pág. 67), esa amalgama visual similar al subconsciente para el psicoanálisis, aquella pulsión inconsciente generada por estímulos visuales. Pero estímulos visuales con la característica de un acercamiento diferencial a la realidad, por su componente técnico. Benjamin podría estar de acuerdo con Didi- Huberman, en cuanto consideran la fotografía como ese puente hacia los mundos de imágenes que habitan dentro de las personas, una línea más directa si se quiere, entre el sentir y los estímulos, que puede o no pasar por el pensamiento, a veces más ocultos o menos interpretables, que van mucho más allá del relacionamiento "documental" de la fotografía.

Es importante volver un poco para analizar este paso entre *Flaneur* y Flaneur-fotógrafo. No es una interpretación capturada y romantizada de las urbes, en este caso, unas tan grandes como París, sino que ofrece una perspectiva muy única y específica sobre como el *flaneur*, el hombre que se consideraba moderno habitaba y recorría estos pasajes. En ninguna medida esto va relacionado a la búsqueda intencionada de "lo desconocido", lo exotizante, y por eso se puede diferenciar de un trabajo que tuviese intenciones etnográficas, sin embargo, prevalece el interés por definir lo moderno, la construcción de los fenómenos visuales de las ciudades desde su arquitectura, sus condiciones geográficas de luz y todo su bagaje expresivo y visual. Esto se relaciona en primer plano con aquello no que se oculta, sino con aquello no suele llamar tanto la atención del observador común, es un problema de activar la consciencia visual del entorno. Esta postura, logra

revindicar el valor de aquello que puede pasar desapercibido. En tanto es una postura que basa su creación en la soledad del observador, pero que tiene un fin colectivo, en cuanto, sin mayores pretensiones, comparte su visualidad sin estamentos o ínfulas de denominación y proclamación de "la verdad". Estas imágenes contienen lo que el *Flaneur* ve, cada uno es libre de sentir o pensar la imagen, pero para esto es necesario que se creen imágenes.

Si se renuncia a esta necesidad de instaurarse como el arte de la verdad, del retrato mecánico perfecto, superando la pregunta de ¿lo que veo es real o no? ¿qué queda al superar la barrera de lo que Benjamin llama como la ***nitidez insólita*** y la fidelidad de la imagen, cuando ya la relación con la realidad está predispuesta? Baudelaire afirmaba que el gusto por lo verdadero, de la fotografía, terminaría por sofocar el gusto por lo bello.

El problema del Flaneur-fotógrafo, no es más que el de aquel que por medio de la contemplación, logra vislumbrar, para sí, las paradojas de la experiencia urbana, pero en un alcance limitado. Si llevamos este término a tiempos contemporáneos se transformaría, pero en esencia sigue siendo un relacionamiento parecido, en cuando las experiencias urbanas se han cambiado por las digitales, pero que creo, han dado un vuelco, al ser experiencias urbanas mediadas por lo digital. En este punto el surrealismo podría estar casi en la misma línea que el realismo. Lo no comprensible, tiene también posibilidad de ser una manera de vislumbrar las paradojas de la existencia y del relacionamiento con el entorno.

Prada, lo condiciona como un divagante con la connotación digital, el ***ciberflaneur*** (Prada, 2018), que se enfrenta a una web que puede superar en dimensión hasta al mundo real, en relación con el entendimiento de los alcances del internet, como casi infinitos. El **Instaflaneur**, es una figura que podría ser coherente, para hablar de esta relación divagante por el mundo, que se desenvuelve en una realidad digital, condicionada por la tecnología.

> *"El flâneur digital, como el parisino del siglo XIX, asumiría la condición de espectador de un «teatro improvisado» acumulando impresiones visuales que no dejará de interpretar de mil maneras."* (Prada, 2018, pág. 81)

Valdettaro menciona que esto se puede entender como una modificación del lugar de estas exploraciones, un cambio de escaparates y de lugares de exhibición. Si el *Flaneur* de Benjamin y Baudelaire se movía en París, el digital de Prada se mueve por medio de enlaces e interfaces de usuario. El Instaflaneur lo hace por medio de Instagram. Podríamos hablar entonces de que la pandemia llevó a muchos de estos escaparates por los que se movía el Instaflaneur, a las habitaciones, los lugares cerrados y el confinamiento. No de manera directa, pero el Reel logró hacerse preguntas sobre la contemporaneidad, nuevamente, es un problema más social que artístico. Esto generó, posterior a la pandemia, un relacionamiento diferente con los espacios urbanos y ahora también con los rurales, que siempre habían estado ahí, pero que reencontraron un valor revitalizado para las personas, debido al tiempo en confinamiento. Benjamin advertía una la posible falencia de la masificación de los medios en la uniformidad de las exploraciones, que podrían acabar en una disminución de las exploraciones culturales en cuanto se busque "lo igual

en el mundo". Esto puede pensarse en relación con la realización del Reel del Metro de Medellín que se realizó en el marco de esta investigación. Este lugar podía ser una visualidad muy explorada, pero esto no tiene que ser algo necesariamente negativo y más bien habla de la manera en que las visualidades y la relación con los agenciamientos estéticos se comparten y se transforman, de un usuario a otro. El Instaflaneur es una respuesta al repositorio infinito del internet, que lo vuelve una experiencia netamente de relacionamiento, por medio de imágenes entre sujeto y mundo, el proceso mecánico del registro es el condicionante principal. Las cámaras de móviles en gran medida, accesibles para todas las personas, y esto nos lleva a entender como el caminante ha adoptado un relacionamiento audiovisual con su entorno. Lo cinematográfico ya no es únicamente las imágenes del cine, tampoco un calificativo de la imagen en movimiento con valor épico; es una práctica del día a día, en que el prosumidor establece libremente un relacionamiento con el mundo que le rodea, retratándolo de una manera específica, consciente o inconscientemente. No se trata únicamente de los Reels, sino que se vuelve un ejercicio performático de realización que configura, mediante las imágenes de internet, las paradojas de la contemporaneidad. Instagram puede ser una manera diferente de entender "*el mal del siglo*", aquella figura estilística de las artes y la literatura, causada en gran medida por una ruptura con lo teológico. El Reel sigue manteniendo esa naturaleza de ser seres muy abrumados por la consciencia y la búsqueda de patrones en la vida cotidiana, esta búsqueda constante de la trascendencia es inherente de la existencia humana.

> *"el hombre fundamenta, o lo intenta, en libertad, un ser como esencia psicobiológica y como existencia histórico-social. Al principio gozosa con la conquista de una libertad que se cree posible, y precaria con el paso de los años al ir convirtiéndose la libertad en experiencia de una soledad metafísica."*
>
> (Farràs, 2023)

La figura del *flaneur/instagramer* se basa en un modelo de interacción entre individuo y su entorno, pero que inevitablemente está mediado por las tecnologías y las redes. Esta figura ya es un ser amoral, que observa y colecciona su entorno, seleccionando de él lo que considera relevante para sí, una experiencia que en un primer momento es singular, pero que se vuelve colectiva al alojarse en un repositorio con acceso público. Esta figura se mueve en un campo expandido de lo estético, o según Sorlin, post-estético; y se resignifica constantemente. Esto también sucede con procesos de creación, que inevitablemente terminan por desmontar un único sistema de producción de imágenes y que termina por diversificar la creación por medio de muchos autores, en una "aldea global". Estos autores tienen una relación diferente con la autoría, por lo que muchos ya no quieren denominarse como tal. La obra está por encima de la autoría, que de por sí es problemática de rastrear en los entornos digitales, porque se basa más en una figura que buscan expresión de visualidad, compartida a quien pueda interesar, incluso a una figura del "nadie", donde caben todos. Se podría decir que el *Instaflaneur*, similar al memero de la red, se libera de la responsabilidad de la autoría y se instaura en un punto donde puede decir, representar o burlarse de lo que quiere, sin que sea asociado a su persona y las repercusiones que esto pueda traer. Fruto de esto, el anonimato de las redes y la posibilidad de cambiarnos los nombres, constituyen una

relación diferente con la identidad. Las relaciones con lo "veraz" son variables, porque las personas pueden elegir la información que comparten y limitar a su audiencia, crear alias, pseudónimos, *gamertags, nicknames* o apodos. Todo esto prolifera en un ecosistema de producción variable, que se topa con una multiplicidad de valores, incluso con la redefinición de lo autoral.

> *"Seguir las derivas de algunas imágenes resulta fascinante. Una miríada de interpretaciones, juicios de valor y actitudes ante la imagen tienen lugar en contextos cambiantes, movedizos, siempre en tránsito. No vinculadas de forma estable a contextos específicos, las imágenes circulan ajustándose con precisión a todo tipo de dispositivos, dándose a una riquísima variedad de lecturas, respuestas y usos."* (Prada, 2018, pág. 125)

El *Instaflaneur* se desenvuelve en un repertorio de colecciones del mundo visible que decide capturar, esas paradojas de las experiencias humanas. Estas pueden ir desde muchas motivaciones, unas más superficiales que otras; pero que funcionalmente siguen siendo eso, un dialogo sobre su relacionamiento con lo contemporáneo. Creo que pueden verse todavía atisbos de melancolía, nihilismo y existencialismo, pero tratados con mucha más ligereza y humor. La informalidad de las redes ha creado entornos propicios para reconocer y encontrar ese sentido de *"relief*[24]*",* en los demás, cuando se responde "F[25]" para presentar respetos o cuando se comenta "x2[26]".

Sean sus viajes, sus rutinas, sus eventos, o sus espacios el *Instaflaneur* puede caer en la tendencia de presumir sus gustos e instaurar sin querer, un entorno de comparaciones de clase y de inyección de sentido aspiracional ante otros usuarios. Aún en la democratización de los medios, puede verse todavía estratificaciones y predominancias, curiosamente, ligado también a las desigualdades económicas. La gran diferencia es que las fugas suelen ser cada vez más comunes y que en esta estructura performática, se está creando una imagen digital del mundo que puede ser más explorable que muchos paisajes para muchas personas. Los Reels en Instagram son una colección del mundo, o a veces una manera de relacionarse, no necesariamente tiene pretensiones de ser una explicación de mundo.

> *"Los fotógrafos, operando dentro de los términos de la sensibilidad surrealista, insinúan la vanidad de intentar siquiera comprender el mundo y en cambio nos proponen que lo coleccionemos."* (Sontag, 2006, pág. 121)

3.C.2. Tendencias de consumo y modos de Interacción:

[24] "Alivio", el término se usa en redes para referirse a el consuelo que se tiene al enterarse de que otra persona tiene las mismas preocupaciones, dolores, sueños o pensamientos que no son necesariamente "políticamente correctos"

[25] Parte de el meme que se creó a partir del videojuego Call Of Duty, hace referencia al "Press F to pay respect" "oprime F para mostrar tus respetos"

[26] Reemplaza al "yo también me siento así", si alguien más se identifica con la idea o el concepto, procede a seguir con "x3","x4"…

El consumo de las redes sociales es completamente diferente al consumo de cualquier otro medio que se haya visto previamente, hoy más que nunca los usuarios son participes y protagonistas del proceso. El prosumidor, no es la culminación de un proceso comunicativo como antes se consideraba la figura del receptor, y su participación no se relega únicamente a la retroalimentación que pueda hacer sobre los contenidos que ve. Ahora son prosumidores que se desenvuelven socialmente por medio de imágenes, el sistema de las redes sociales funciona por células, cada usuario puede interactuar de muchas maneras con lo que ve y con otros usuarios. Esta relación está mediada por muchos tipos de interacciones, desde los *Like*, los comentarios y hasta el share (compartir). Esto, en cierta medida puede sentirse muy impersonal, en cuanto se desdibuja el relacionamiento persona a persona, pero como ya lo habían hecho otros medios, permite la conexión entre usuarios antes impensada, sin limitantes de tiempo, distancia o incluso de idioma.

Las imágenes en movimiento no son sólo tópico, sino maneras de relacionamiento entre unos usuarios y otros, con la facilidad de que cada uno posee un dispositivo. El lienzo de las obras se transformó a las pantallas, que democratizó la posibilidad de acceso a la información y a la visualidad en un sentido mucho más amplio. Incluso la piratería, es decir, venta y distribución de copias no autorizadas, proliferó en la web, pero en las redes sociales, aunque reguladas por un algoritmo no parece tener las mismas preocupaciones. Si debemos definir un concepto que identifique a las redes sociales es la accesibilidad, ahora con alcances mucho más grandes debido a la tecnología y el internet. Pero si hablamos de imagen en movimiento, en el plano de la accesibilidad, hay que problematizar el "shock", aquello que Benjamin llamaba como la disrupción de los sentidos en su encuentro con lo diferencial. La imagen en redes sociales debe mover constantemente los límites de lo que puede ser shockeante para los usuarios, da la impresión de tener que reinventarse eternamente y tener una relación problemática con lo repetitivo.

Pero mientras unas sensaciones parecen limitarse en el encuentro con la costumbre, hay otras sensaciones que proliferaron con lo cambiante. Las redes sociales se volvieron entornos con atisbos sociales donde figuras como el descontento y el rechazo pueden expresarse con bastante libertad. Parecería paradójico que la misma democratización de las voces y la opinión, fue la que permitió que las personas puedan promulgar lo que quieran sin ninguna responsabilidad o fundamento, incluso cuando la opinión sea denigrante o irrespetuosa hacia otras personas. Pareciera que el mundo se está llenando de peritos o que gracias a las redes nos percatamos de su existencia. De la misma manera, se debe reconocer el conocimiento empírico y divergente que se puede ver en redes.

Uno de los peligros grandes de las redes sociales, es la falsa información. Aunque muchas veces pueda ser chistoso la manera en que las personas caen en ellas, porque pareciera ser un tema al que le concierne la idea de estratificación del conocimiento, esto sólo es cómico en cuanto una porción más grande de los espectadores entienden la ironía, reivindica a aquellos que se percatan de lo que otra ignora. Otra característica de las imágenes en movimiento en internet y del formato Reel, es que pueden ser intervenidas y esto es problemático cuando en vez de ser una propuesta estética y un agenciamiento expresivo, busca instaurar un discurso de lo "real". Los *Instagramers* pueden

ser en igual medida víctimas y verdugos de acciones de poder, daría la impresión de que ya no temen un futuro orwelliano, porque viven en él, con la posibilidad de ejercer como gran hermano, pueden observar y ser observados; controlar y ser controlados.

Dentro de los relacionamientos sociales de los usuarios, surge una representación romantizada de lo que está distante: del pasado, del campo, de lo vintage. Esto nos lleva a pensar que el *Instagramer* no sólo tiene la posibilidad, sino la preferencia de navegar por "presentes" o "realidades" ajenas a la suya. Puede que estas le llamen la atención porque aparentemente sean más atractivas, o, por el contrario, que encuentre consuelo en que no vive eso que podría considerarse como desgracia. Esta necesidad de consuelo es un problema que en la contemporaneidad puede suplir el relacionamiento social, en el sentido en que se ocupa de lo transitorio y no logra dar una única respuesta, sino que conviven en ella múltiples de existencias, flotantes y simultaneas, pero siempre atravesadas por la apariencia de conexión. Hay entonces un pesimismo generalizado causado por la observación casi obsesiva del entorno, la democratización no necesariamente es buena en el sentido de que solucione las desigualdades sociales de los usuarios, sino que se les presentan los privilegios de los demás en primer plano. Las redes también revelan más las inequidades económicas del mundo en que vivimos. Esta toma de consciencia es una inherente al hombre, lo que cambia realmente es el uso de la técnica para acercarse a ella. El uso de las herramientas son los que condicionan la manera en que nos relacionamos con aquello exterior a nosotros. ¿Entonces es necesario rechazar todo termino anterior por llamarlo inconmensurable? Creo que es cuestión de analizar a profundidad cada término en los contextos cambiantes.

El consumo se basa en el relacionamiento, por eso las imágenes ahora más que nunca tienen una función social. Las tendencias establecen una línea de lo que es "verdad" y esto en muchos casos conlleva a la modificación de las creencias, en este caso, de las creencias visuales. Por ejemplo, si vemos constantemente Reels de una persona atractiva, puede que empecemos a construir inconscientemente una idea de cómo debe verse un cuerpo perfecto, normativo y aspiracional, problematizando aún más la autopercepción de las personas. Esto, es escalable a muchos otros entornos de la vida, lo académico, lo laboral, el ocio y el relacionamiento con otras personas.

Las imágenes en movimiento del Reel, pueden tener implicaciones importantes sobre la construcción de "verdad" para las personas. También esto atañe al problema de la visualidad en las redes sociales, por eso creo que eventualmente, se comenzará a estudiar a mayor profundidad la producción de imágenes en la contemporaneidad, ya no desde las formas artísticas, sino de la colección de lo humano, de la imaginación y la fantasía de estas nuevas generaciones digitales. La visualidad en redes sociales no sólo existe en las fotos y en los videos, sino en toda esa amalgama de estímulos visuales, que cada vez es más variada: en la litografía, el cine, las interfaces, las iluminaciones, las ópticas de las cámaras de seguridad, los móviles, etc. Muchas técnicas anteriores, tienen un uso diferencial que se le da en el entorno digital, cualquier tecnología que permita capturar impresiones de tipos diversos, puede ser publicada, hasta escáneres o rayos x.

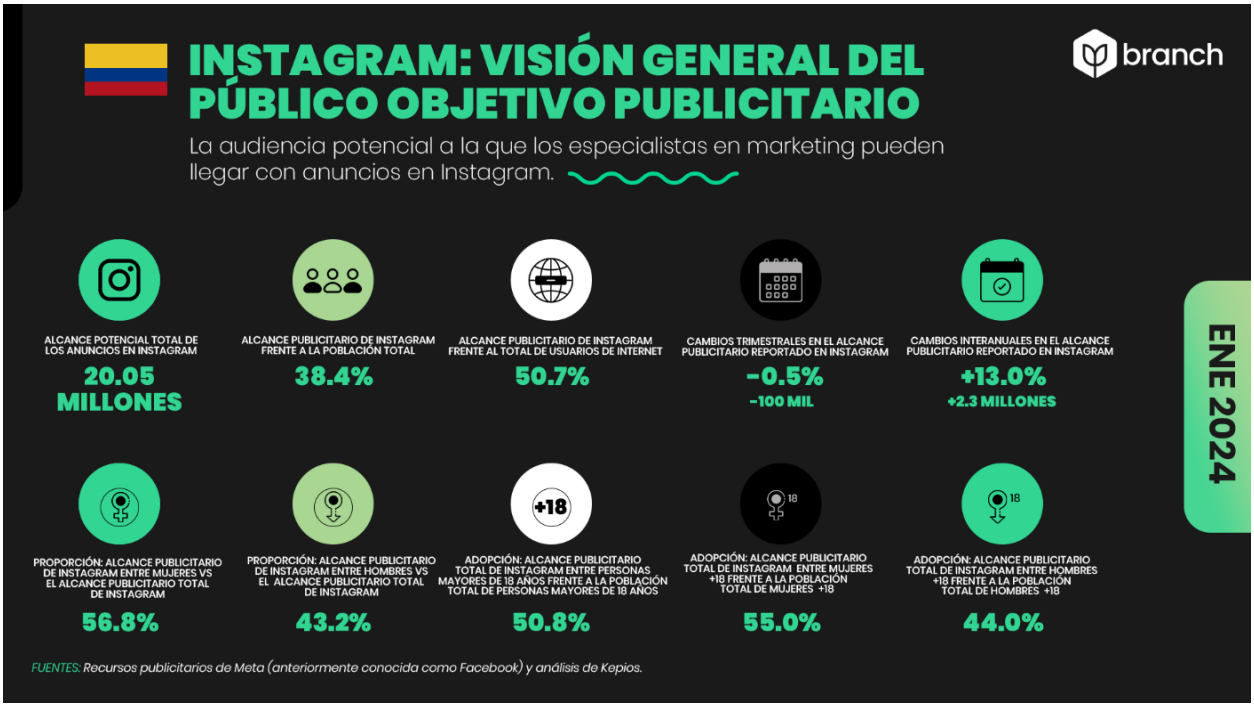
El proceso diferencial se da en la concepción de tiempo, las imágenes de Instagram se encuentran en una multiplicidad del ahora, un giro ontológico. La imagen deja de tener un condicionamiento temporal, el devenir se enmarca en lo simultáneo, la temporalidad de los contenidos, rápidos de crear, de ver y de olvidar. Se puede vislumbrar, de forma borrosa, un rechazo por los estados diferenciales del "yo", los usuarios quieren agenciar una fachada de lo que son, construir precisa y minuciosamente la imagen de lo que quieren sea visto de ellos por los demás. Y en igual medida y con la condición de simultaneidad ver las existencias que conviven por fuera de ellos, esto es causante de rupturas de concepciones, pero también de ansiedades.

El consumo y tiempo que los usuarios pasan en redes sociales va en aumento exponencial, este fenómeno se relaciona con que muchos de los funcionamientos de la vida contemporánea, como la bancarización, la salud, las comunicaciones, el comercio e incluso las relaciones sentimentales, se están volcando a una realidad digital.

> *"Los usuarios de Instagram acumulan 17,6 millones de horas al día viendo Reels, menos de una décima parte de los 197,8 millones de horas que los usuarios de TikTok pasan cada día en esa plataforma"* (García, 2023)

En un país como Colombia, que se presume subdesarrollado, sorprende que el uso de las redes sociales sea tan exponencial. Los números de uso de la plataforma son bastante dicientes de la manera en que se puede alcanzar publico dentro del país, como se puede ver en la figura 46.

Figura 46



Las redes, más allá de su funcionamiento democratizador de la creación de imagen, tiene también grandes responsabilidades y los usuarios debemos ser conscientes de los peligros que esto conlleva. Más allá de la pérdida de Aura[27] a la que se refería Benjamin. Estamos hablando de afectaciones reales a la salud de las personas, especialmente a las generaciones más jóvenes que han tenido su tránsito entre la niñez y la adolescencia por medio de las redes. Estos pueden pasar horas y horas prefiriendo la visualidad del mundo digital a las otras visualidades, mucho tiene que ver con la manera en que se diseñan las aplicaciones para retener la atención de las personas.



Pero más allá de la inversión de grandes franjas de tiempo, también puede tener otro tipo de consecuencias. Los *Rabbitholes*, o las madrigueras, son sistemas de inmersión por medio de intereses, los cuales son agenciados por hashtags, los perfiles seguidos y las interacciones realizadas, para que el algoritmo adecue cada vez más los intereses de las personas. El problema llega cuando encontramos que muchos contenidos, que han renunciado a esa responsabilidad que mencionamos anteriormente y la relación problematizada con la realidad. Mucha información falsa ha llevado a tener afectaciones en la salud de las personas. Una de estas es la de autodiagnóstico de enfermedades mentales y sicológicas, problemas de alimentación, y dismorfia corporal, y el uso de medicación y remedios caseros para buscar una solución a estos o a otros problemas.

Parecería que "*el mal del siglo*" simplemente ha encontrado un lugar para extenderse todavía con más fuerza, en un entorno que es en igual medida positivo y pesimista. En las redes podemos encontrar de todo, el espectro de lo humano se ve magnificado, las personas pueden experimentar más cosas, en menos tiempo y con menos esfuerzo, por lo que la multiplicidad de tiempos es, el giro ontológico del análisis de las imágenes de las redes. Muchos de lo que se vuelve tendencia o viral, casi siempre se basa en aquello que las personas desean o con lo que se pueden sentir identificados, la especificidad de sus gustos, como por ejemplo la música y la nostalgia, la evocación de la euforia y la memoria. Esto nos habla de una temporalidad diferente, anteriormente las personas no tenían acceso a tanta información al mismo tiempo y esto conlleva problemas para fijar su atención en un mismo lugar. La nostalgia, el humor, la resignificación y las concepciones variantes de lo bello son estos puntos de encuentro, lo que sigue siendo el potencial más fuerte de

[27] Walter Benjamin decía que las imágenes cuando podían ser reproducidas de manera técnica, perdían el "aura" un visionado relacionado con la posibilidad de ver una obra única que no tiene un soporte global.

las redes y esto se traduce en la multiplicidad infinita de las expresiones visuales y estéticas, que, para el día de mañana, ya se habrán transformado. El lenguaje de las imágenes en internet no espera a ser traducido, vive simultáneamente en esa aldea global, lo natural ahora guarda relación con lo técnico, lo técnico ahora es lo natural.

Pareciera que nos enfrentamos a una consciencia fragmentada del presente, en donde la multiplicidad de estímulos se convierte en el lugar donde habitan las concepciones de lo que es "relevante" en la contemporaneidad. El mundo vive y seguirá cambiando bajo los ojos del mundo. Un registro cercano, pero en constante transformación, de las formas y las maneras, de los usuarios y sus intereses, que, por su velocidad, se siente cada vez más difícil de entender y teorizar.

7. CONCLUSIONES

- Las imágenes en redes sociales nos proponen una nueva manera de relacionamiento con el mundo. McLuhan (1969) afirma que las sociedades han sido más moldeadas por la índole de los medios, que por los mismos contenidos. Esto marca un giro, en el modelo de representación de realidades que habían planteado las tecnologías de la imagen a principios del siglo XX. Una manera de interpretar los cambios sociales y culturales de las sociedades actuales pasa por la apropiación de los medios digitales que se instauran en red. Como ya lo habría advertido Didi-Huberman (2018), la imagen referencia al imaginario de cada persona, esa referencia no pasa por conceptos, aquí es donde entra la discusión del arte, entendido como un punto de encuentro y relacionamiento que conmueve a las personas, y no se instaura solamente en percepciones de lo bello. Por lo tanto, se convierte en un asunto interesante de discusión indagar por los umbrales y límites que tiene la imagen en contextos comunicativos, pues su alcance no depende de la estetización de la imagen (de su belleza), sino de su capacidad de conmover, de insinuar o de provocar amplios campos de significación en contextos de producción individual de la imagen y en este caso, el objeto de análisis para realizar dicha interpretación fue el Reel de Instagram.

  Una diferencia importante relacionada con los medios análogos de producción de imagen es que en ellos no sólo prevaleció una fuerza épica, que obligó al creador a pensar la imagen en sentido trascendente. Ahora bien, las imágenes análogas, encuentran en el Reel, terreno fértil para expandir sus límites estéticos y encadenar tecnologías de producción que expandan los límites técnicos, que ya no se consideran tanto limitantes, sino más bien características y factores diferenciales con valor estilístico. La tecnología de producción de imágenes cambió el relacionamiento de las personas, aún más que las mismas imágenes, que se vuelven una expresividad de las coordenadas espacio-tiempo en el que viven los prosumidores de Instagram.

  ¿De qué manera las redes sociales, han transformado los procesos de producción y creación de imagen en movimiento?, La pregunta terminó por dar una respuesta inesperada, los procesos no únicamente se han transformado, sino que nos han transformado a los usuarios, han cambiado la manera en que nos relacionamos social y visualmente, nuestras representaciones y expresiones ahora son mediadas y virtuales.

- Este proyecto comenzó con la intención de preguntarse si las imágenes en formato Reel de Instagram, podrían ser consideradas arte, pero a medida que avanzaba la investigación, cada vez se vislumbró la naturaleza limitante y sesgada de esta aproximación. Se encontró así, un campo más amplio de análisis, haciendo uso de la postura de los estudios visuales y preguntándose por la tecnología en cuanto modifica los relacionamientos humanos. Por ello se valoró el trayecto de la imagen en formato Reels. Esto permitió reconocer sus cargas contextuales, sus relaciones sociales y sus apuestas de creación, con estos insumos se

podría establecer un diálogo que reflexione, para la imagen digital, un campo epistémico. Aporte que retomo de la apuesta post-estética de Sorlin (2016).

- Crear y producir imágenes en formato Reel es en un acto performático, porque se vuelve único. En su distribución y consumo hay un principio de lo efímero, cada proceso es diferente, y aunque a veces está relacionado con la búsqueda de identidad por parte de los usuarios, que buscan pertenecer a una comunidad mediante corrientes de internet, el algoritmo agencia el gusto, lo tergiversa, eleva o incluso limita. Convirtiéndose así en un instrumento de manipulación por parte de quien sea el dueño de la plataforma, en este caso, *Meta* de Instagram.

  En la indagación realizada de los productores de Reels, emerge una figura interesante de análisis en el *flaneur,* el cual se basa en un modelo de interacción que a través de recorridos y tránsitos, relaciona individuos y entornos. En la propuesta contemporánea de imagen este caminar está inevitablemente integrado por las tecnologías y las redes. Se trata de una experiencia singular, que se vuelve colectiva a través de los Reels. Esta figura se mueve en un campo expandido de lo estético y se resignifica constantemente. Los procesos de creación en estética expandida desmontan un único sistema de producción de imágenes y propone la creación a muchos más autores, voces y estilos; que ya no quieren denominarse como tal. Lo cual me lleva a retomar la figura del *Insta-flaneur* introducida por Prada en del *ciber-flaneur*.

- El Reel tiene la capacidad de escaparse y cambiar la manera en que las imágenes digitales son percibidas. Las imágenes que dan cuenta de la multiplicidad de expresiones contemporáneas no son únicamente las que se hacen de manera figurativa respecto a una descripción conceptual, que las objetiva. El montaje, la edición o incluso una alteración en el proceso de creación, tienen hoy igual validez, para dar cuenta de los anhelos, miedos, sueños, secretos, revelaciones, lo que asusta a la par de lo que divierte, lo que rasca las más profundas o superficiales curiosidades o pasiones de la humanidad.

  Es por ello que el Reel guarda relación con la interpretación de los estímulos visuales y renuncia a encasillarse en un único sentido, celebrando la infinidad, casi laberíntica, de interpretaciones. Un Reel activa múltiples sentidos, la visualidad ya no es algo que pertenezca a un sólo productor y eso enriquece los trayectos contemporáneos de la imagen. Es necesario recoger los aportes de una estética expandida, o como propone Sorlin, una post-estética que no renuncie a revisar la herencia colonial de la imagen, y que más bien busque su realidad desde el aspecto social y interrelacional de la imagen en Reel.

- No hay manera de saber con certeza como se van a dar o a transitar las herramientas y los diálogos estéticos en un futuro, ya que, con tantas plataformas, infinidad de voces y

opiniones, estas se discutirán y superarán unas a otras de manera constante y acelerada. De lo que podemos tener certeza es de que seguirán cambiando para construir un mundo visible, que sólo será comprensible en su constante devenir. Los términos, categorías y clasificaciones en internet nacen, crecen, se usan y se olvidan, sin la pretensión de repercutir en otros entornos. Por eso, los hashtags son una herramienta de clasificación que ha dado cuenta del ordenamiento digital de ceros y unos, no obstante, no se garantiza su continuidad en un modelo computacional cuántico, que ya no ordena su programación a partir de ceros y unos.

- Hay una noción democratizadora problemática de la imagen en Reel y eso es vital. Cualquier persona puede subir sus contenidos y usar una plataforma. El registro que están dejando es variado, multifacético y hermeneútico, porque el discurso no está concentrado en unos pocos. Este registro es libre, puede decir lo que quiera o no decir nada, pero las personas están dejando su visualidad en un soporte y plataforma accesible para todos, con total libertad y con el uso libre de insumos, herramientas y estilos. No obstante, es importante reconocer que esta democratización oculta pero no elimina los discursos de poder que los dueños de las plataformas controlan a través de algoritmos que orientan modelos de consumo. Asunto que podría aportar en futuras investigaciones a relacionamientos entre imagen, poder y consumo, cuando grupos humanos sean los dueños y creadores de sus propias plataformas.

8. APORTES A LA DISCIPLINA O CAMPO DEL SABER

- Este trabajo contribuye con la generación de cuestionamientos sobre la producción audiovisual en redes sociales y las herramientas de creación propias de los entornos digitales, que modifican comportamientos sociales. Mediante un proceso de experimentación personal, se pueden generar nuevos relacionamientos entre las personas y los usos de la imagen.
- Esta investigación colabora con la actualización de términos como el prosumidor y el Flaneur, a entornos digitales, que, aunque ya hayan sido expuestos por otros autores, los ubica específicamente en el entorno de producción de imagen en movimiento en formato Reel de Instagram. Esto, es importante porque el seguir aumentando en número de productores, terminará por variar y nutrir los alcances de las experimentaciones visuales, aumentando la iconografía y el bagaje visual. Como lo dijo McLuhan, cuando todos podían poseer el lápiz, el pensamiento ya no era únicamente de unos cuantos, de igual manera como lo pensaría Walter Benjamin con el escritor operante.
- Este proyecto busca dar un reconocimiento a la importancia del formato Reel, como una invitación a las personas a crear, desde y para sí, independientemente de sus conocimientos o capacidades técnicas. A futuro, es importante analizar como crecerá este formato ya que no podremos saber con certeza que tanto cambiará, lo que invita realizar nuevos y constantes estudios que busquen acercarse a la naturaleza cambiante de este formato.
- Un aporte valioso, es comprender que los prosumidores habitan las redes de una manera que supera condiciones temporales, que conciben en un mismo lugar, lo presente, lo pasado, lo futuro, los tiempos ahora son simultáneos, y esto, transforma los relacionamientos entre usuarios e imágenes. Este aporte puede invitar a indagar con mayor profundidad sobre los tiempos fragmentados de la imagen, desde un punto de vista tanto filosófico como social.
- El trabajo experimental de este proyecto fue lo más valioso para el investigador y en últimas puede invitar a que más personas, reconfiguren su experiencia audiovisual a nuevas alternativas y procesos creativos, al ver todos los límites que se pueden romper y entendimientos sobre la imagen audiovisual.
- Un aporte valioso de investigación es que se instaura por fuera de un discurso dominante o de poder sobre la creación de imagen, esta no debería ser creada por unos pocos y mucho menos validada con igual precisión. Esta es una oportunidad para seguir expandiendo los límites de la estética y abrirse a más posibilidades y variedades de la imagen en Reel. Esta no será la primera, pero es una investigación que sospeche de la necesidad de un cambio de paradigma en el modo de entender y de enseñar el proceso de creación de la imagen. Es necesario preparar terreno de formación y creación para habitar nuevos ecosistemas de la imagen.

9. BIBLIOGRAFÍA, VIDEOGRAFÍA Y FILMOGRAFÍA

@Danesauruss (Dirección). (2023). *The Art Of Waiting* [Película].

@Jazziesllona (Dirección). (2023). *Lost in Tokyo* [Película].

@Moses.Aurelius (Dirección). (2023). *Going Back In Time* [Película].

@RubenBarkhuizen (Dirección). (2023). *The Essence of night* [Película].

@Visionsofhe (Dirección). (2023). *loneliness x solitude* [Película].

Baudelaire, C. (1863). *El pintor de la vida moderna* .

Belle, M. (2016). *Director Notes*. Obtenido de The Creeping Horror of Grief Becomes all too Palpable in Rob Savage's Short 'Absence': https://directorsnotes.com/2016/03/31/rob-savage-absence/

Benjamin, W. (1931). Breve historia de la fotografía. En W. Benjamin, *Discursos Interrumpidos 1* (págs. 63-82). Madrid: Espasa Calpe.

Benjamin, W. (1966). *El autor como productor.* Frankfurt: Editorial Itaca.

Berger, J. (1972). *Modos de Ver.* Madrid: Editorial Gg.

Big Boi, A. 3. (1998). Aquemini [Grabado por Outkast].

Blain, B. W. (2020). Connect To Consume [Grabado por A. S. Ghosts].

Branch. (22 de Abril de 2024). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2024*. Obtenido de Branch: https://branch.com.co/marketing-digital/situacion-digital-de-colombia-en-el-2024/

ChocolateGinger (Dirección). (2018). *MACINTOSH PLUS - リサフランク420 / 現代のコンピュ* [Película].

Columbus, C. (Dirección). (2001). *Harry Potter and the Philosopher's Stone* [Película].

Cunningham, S. S. (Dirección). (1980). *Friday the 13th* [Película].

DaftPunk (Dirección). (2001). *Short circuit (slowed X reverb)* [Película].

Didi-Huberman, G. (2014). Alfredo Jaar : la política de las imágenes. En G. Didi-Huberman, *Alfredo Jaar : la política de las imágenes.* Metales Pesados.

Didi-Huberman, G. (2018). *Cuando las imágenes tocan lo real.* Círculo de Bellas Artes.

El Flâneur y la devoción por la ciudad. (24 de junio de 2019). Obtenido de Alianza Francesa Málaga: https://www.alianzafrancesamalaga.es/el-flaneur-y-la-devocion-por-la-ciudad/#/

Esmail, S. (Dirección). (2015). *Mr. Robot* [Película].

Farràs, E. (15 de abril de 2023). *Una reflexión sobre el tópico literario "mal de siglo"*. Obtenido de Irredimiblles: https://irredimibles.com/una-reflexion-sobre-el-topico-literario-mal-de-siglo/

García, E. (13 de Sptiembre de 2023). *Proyecto Púrpura*. Obtenido de https://proyectopurpura.com/las-metricas-de-tiktok-vs-instagram-la-batalla-por-tu-atencion-en-el-campo-del-video/

Gonzales, G. (2017). Apocalypse [Grabado por C. A. Sex].

Hill, J. (Dirección). (2018). *Mid 90's* [Película].

Joji (2017). Will He [Grabado por Joji].

Kassovitz, M. (Dirección). (1995). *La Haine* [Película].

m, j. (Dirección). (2024). *La DECADENCIA de lo AESTHETIC y lo CORE* [Película].

m, J. (Dirección). (2024). *TIKTOK es PEOR de lo que PARECE* [Película].

Martínez, S. A. (19 de marzo de 2020). *'Vaporwave': el arte digital de la decadencia moderna.* Obtenido de ArteComtemporaneo.com: https://artcontemporaneo.com/vaporwave/

McLuhan, M. (1969). *El Medio es el Mensaje.* Buenos Aires: Paidos.

Mehringer, J. (s.f.). *EyeCandy*. Obtenido de https://eyecannndy.com/

meta. (5 de agosto de 2020). *Instagram*. Obtenido de https://about.instagram.com/es-la/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement

Prada, J. M. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de internet.* Madrid: Ediciones Akal.

Ratnaparkhe, T. (21 de Diciembre de 2024). *@Instagram Reels Estadísticas que debes conocer.* Obtenido de Predis: https://predis.ai/es/recursos/Instagram-reel-statistics/

Reckwitz, A. (2023). *La invención de la creatividad: Sobre el proceso de estetización social.* Los Libros De La Catarata.

Resendiz, A. (Junio de 30 de 2023). ¿Por qué no se pueden usar redes sociales en China? *El Universal*, págs. https://www.eluniversal.com.mx/techbit/por-que-no-se-pueden-usar-redes-sociales-en-china/.

Scott, R. (Dirección). (1982). *Blade Runner* [Película].

Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía.* México: Santillana.

Sorlin, P. (2016). *Estéticas del Audiovisual.* Buenos Aires: La Marca.

Spielberg, S. (Dirección). (1975). *Jaws* [Película].

Tarkovski, A. (2002). *Esculpir el tiempo.* Madrid: Ediciones Rialp.

Toffler, A. (1980). *La tercera ola.* Bogotá: Primer Colombiana.

Valdettaro, S. (2000). Lo Urbano como experiencia de la Modernidad: Baudelaire según Benjamin. *Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencia Política y RRII*, 87-106.

10. ANEXOS: PRODUCTOS DE CREACIÓN:











