



## EDITORIAL: Lo posanalógico: metamorfosis del material en la era digital

The post-analogue: metamorphosis of material in the digital age

Fecha de publicación: 30/08/2024

**Dra. Fátima Lopes Cardoso (Portugal)**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7093-7881>

**Dra. Teresa Piñeiro-Otero, Universidade da Coruña (España)**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6414-2700>

**Dr. Vicente Gosciola, Universidade Anhembi Morumbi (Brasil)**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6267-8130>

DOI: [10.26807/rp.v28i120](https://doi.org/10.26807/rp.v28i120)

### Abstract

El progreso tecnológico siempre ha tenido el poder de moldear la sociedad, su forma de estar, actuar y pensar, pero también de anunciar transformaciones apocalípticas, como sucede actualmente con los temores en torno a la invasión de los modelos de IA en el proceso creativo e, incluso, en la experiencia intelectual y estética con el arte.

Los estudios culturales y de comunicación han demostrado, sin embargo, que, incluso con cambios tecnológicos profundos como los que vivimos, existe una capacidad inagotable de adaptación y reinención, que siempre va acompañada por movimientos y fenómenos contrapuestos que emergen razones tan diversas como la nostalgia, el revivalismo, la resistencia al cambio etc. También se pueden destacar algunos movimientos más moderados que valoran la intertextualidad en el proceso creativo, actualizaciones o metamorfosis concertadas de los objetos del pasado en los dispositivos del presente, con la esperanza de alcanzar la originalidad. Como escribe Giulio Carlo Argan: "La hipótesis de que la sociedad de nuestro tiempo, a pesar de su interés aparatoso y ficticio por el arte, sea intrínsecamente incapaz de desarrollar actividades artísticas o creativas, se verifica claramente en el uso que se hace del arte del pasado; una sociedad que desvaloriza y desperdicia su propio patrimonio de valores artísticos no puede verdaderamente desear ampliarlo" (2010, p. 35).

A finales de los años 1990 y principios del siglo XXI, la desmaterialización de la información, la literatura, la música, la imagen y otras expresiones culturales parecía alterar profundamente los hábitos de consumo y condenar al obsolescencia una panoplia de objetos que proporcionaban al ser humano un contacto sensorial muy difícilmente tangible a través de lo digital. La generación de cambio de siglo, la centenal o Z, nacida en pleno proceso de desarraigo con lo material, suponía el epítome de este fenómeno con un consumo cultural "en la nube", desconectado de los objetos materiales y dependiente de lo digital y de internet.

Un cuarto de siglo después, las aplicaciones especializadas en críticas de libros, películas, discos y otras manifestaciones creativas, utilizadas por miles de usuarios en todo el mundo, especialmente por la generación Z, están provocando un giro sorprendente en los hábitos de consumo. Estas aplicaciones incentivan el descubrimiento de la experiencia de ir a la sala de cine, de comprar, leer y coleccionar libros, de escuchar música en vinilo y de apreciar otros objetos de las industrias creativas que se creían archivados en el pasado y en la memoria.



El acceso a la fotografía a través de una cámara digital y, en tiempos más recientes, de los teléfonos móviles alteró la percepción del valor social de la fotografía y obligó a muchos profesionales a reinventarse. Sin embargo, la fotografía analógica ha generado movimientos y grupos de aficionados que recurren a las redes sociales para divulgar la experiencia de usar cámaras analógicas y revelar el film en laboratorio, empleando diferentes procesos y técnicas. Parafraseando a Rudolf Arnheim en su crítica a la evolución del cine, las limitaciones técnicas de las cámaras, el exceso de grano o las distorsiones en la captación de la realidad de determinadas cámaras o los fallos en el revelado, se convierten ahora en las potencialidades artísticas de la fotográfica.

En una breve incursión por el pasado, fácilmente se comprueba el poder de adaptación del ser humano y cuán imprevisibles e inconstantes pueden ser las tendencias. Por ejemplo, la portabilidad de los bienes de consumo, como el ordenador, el teléfono y el reproductor de vídeo, que se hizo posible a partir de la década de 1980, tuvo el poder de democratizar el acceso a la tecnología y, en consecuencia, transferir al entorno doméstico lo que antes era exclusivo del universo profesional y restringido a una élite.

En la década de 1970, el vídeo no mató a las estrellas de radio, como cantaba la banda inglesa The Buggles en 1979, en el tema Video Killed the Radio Star. Cientos de personas en todo el mundo continuaron teniendo acceso a las noticias a través de las ondas hertzianas, a escuchar sus éxitos favoritos en la radio, a grabar sus temas preferidos en casetes y a preservar la experiencia de familiaridad que las voces de algunos locutores y programas de radio proporcionan. La masificación de la televisión logró quitar protagonismo a la radio, pero los radialistas continuaron detrás de los micrófonos creando nuevas formas de proximidad con el oyente, incluso en la era digital, con miles de podcasts siendo producidos diariamente en todo el mundo.

En la industria musical, las cifras demuestran que el vinilo fue el soporte que más sufrió con la codificación de los sonidos en formato digital y la migración a CD, formatos que no llegaron a masificarse como el del minidisc, o la aparición de tiendas en línea como iTunes y más tarde las aplicaciones, canales o servicios de streaming como YouTube o Spotify. Miles de discos quedaron almacenados, considerados obsoletos y sin utilidad.

Sin embargo, en los últimos años se ha producido un notable resurgimiento del vinilo. Cada vez más personas están redescubriendo y valorando la experiencia única y tangible que ofrece este formato. La emoción de descubrimiento propio, frente a la “serendipia” algoritmizada de las plataformas musicales. Lo exclusivo, de las ediciones especiales, que supusieron un bálsamo para la piratería musical a comienzos de siglo.

La calidez y la profundidad del sonido analógico, junto con el aspecto físico de las carátulas y el ritual de reproducir un disco, están atrayendo tanto a nuevas generaciones como a aquellos que desean revivir una parte significativa de su pasado musical. Este renacimiento se evidencia claramente en las principales tiendas de productos artísticos y culturales, donde el vinilo ha vuelto a ocupar un lugar destacado en los estantes, mostrando una revitalización del interés y aprecio por este formato clásico.

En el séptimo arte, muchos clubes de vídeo y salas de cine cerraron en todo el mundo. En lo digital, hasta hace poco, el consumo de cine y televisión parecía dominado por servicios de streaming, como Netflix, HBO, Prime Video o, entre otros, Filmin, además de canales altamente especializados. En los últimos tiempos, gracias a las aplicaciones de cine, las salas

que sobrevivieron vuelven a estar llenas. Y se han relanzado miles de obras cinematográficas en DVD.

En el periodismo, con la caída de las ventas de periódicos y revistas provocada por la apuesta en las versiones online, muchos periodistas y otros profesionales del sector se quedaron sin empleo. Pero también aquí han surgido nuevos títulos que apuestan por el slow journalism y el periodismo constructivo, fanzines y otras publicaciones para nichos, contrarrestando la tendencia comercial y sensacionalista que siguió la información de masas. La apuesta por este periodismo supone el maridaje perfecto del podcast narrativo, un formato en auge que ha convertido la investigación y reportaje periodístico, incluso de temas de fuera de la actualidad, en materia prima de excepción para la consolidación de este nuevo medio - tanto en número de oyentes como en productoras e industria.

La idea de que un medio sustituye a otro también atormentó, durante mucho tiempo, el universo de las editoriales. Leer novelas u otro género de libros más asociados al ocio y al placer pasó, para muchos usuarios, a representar mirar un dispositivo móvil, en lugar de hojear un libro. Las palabras de Shakespeare, James Joyce, Dostoyevski y de tantos otros autores clásicos no perdían el encanto por ser revisitadas a través de la luz azul, en lugar del recurso al papel. El sector del mercado editorial tembló. Se temía el fin del libro. Contrariando los peores temores, al final, nunca se escribieron y publicaron tantos libros como en la actualidad. Los libros en papel siguen llenando estanterías o circulando de mano en mano a través de la venta de ejemplares usados en Internet.

En los últimos tiempos, lo digital ha adquirido otros contornos y amenaza no la forma, sino el propio proceso creativo. La Inteligencia Artificial generativa y los modelos de Large Language Model (LLM), como el ChatGPT, creado por Open AI, transmiten la ilusión de que cualquier ser humano, por más desprovisto de intelectualidad y de sensibilidad, puede crear un texto original e interesante.

En la fotografía, decenas de imágenes creadas por IA circulan por las redes sociales y destronan la creencia de que el medio es un testimonio de la realidad (Dubois, 1992). Todo ocurre después de siglos de que la pintura, la escultura, la fotografía, el cine, el vídeo y otros medios visuales hayan transformado la propia visualidad humana, a la velocidad con que las tecnologías iban surgiendo. Depositando toda la fe en lo esencial, Arlindo Oliveira recuerda que

la capacidad para desarrollar 'tecnología' no resulta directamente de la superior inteligencia del ser humano, sino de la propagación de conocimiento entre generaciones, a través de la cultura... La cultura es, así, la gran innovación tecnológica que el cerebro humano permitió crear, al conseguir manipular símbolos que permiten usar lenguaje para comunicar entre individuos y a través de las generaciones" (Oliveira, 2019, p. 27).

En el número temático "Lo post-analógico: metamorfosis de lo material en la era digital", recibimos contribuciones importantes para entender cómo los medios analógicos, en territorios como el arte y la comunicación, han resistido o creado espacios únicos de expresión individual y de contacto con la sociedad; cómo están encontrando nuevos significados y usos en la era digital. Lejos de estar obsoleta, la materialidad emerge revitalizada, evidenciando la creciente valorización por obras reflexivas, basadas en conceptos tan diversos como slow, hibridismo, ritrovato, entre otros, y por la creación de contenido consciente y constructivo. Esta tendencia a buscar la autenticidad y la profundidad señala una postura contraria al ritmo frenético, efímero y, a veces, superficial de la era digital.

También se aclara, en este número, cómo la convergencia entre lo analógico y lo digital, ya conceptualizada por Henry Jenkins (2006), está redefiniendo el proceso creativo del siglo XXI. La integración de procesos tradicionales en la creación de medios no solo ofrece una alternativa a la producción en masa, sino que también proporciona un toque de singularidad e individualidad a cada obra.

El tema de múltiples posibilidades se abre con el artículo “El renacimiento y re-existencia de lo analógico en la era digital. Percepción, aprendizaje e interacción como reflexión”, en el que Andrés Felipe Pérez-Velasco reúne interesantes revelaciones para comprender el valor diferencial de lo analógico y lo digital en la percepción y en el proceso de aprendizaje en diversas dimensiones.

La propuesta de lectura continúa con “La nueva-vieja fotografía en la post-analogía: reflexiones sobre la ecología fotográfica”, de Denis Porto Reno y Laís Akemi Margadona. Este artículo es un análisis sobre la evolución y los espacios que ha ocupado la fotografía, desde el daguerrotipo hasta la ecología mediática contemporánea, mostrando cómo la fotografía analógica ha logrado adaptarse a la contemporaneidad post-analógica.

En “La televisión imaginada: analógico y digital disputados a partir de la interactividad”, Valéria Maria Vilas Bôas analiza, a través de una investigación exploratoria, cómo se articulan los discursos sobre el futuro de la televisión, centrando la discusión en la interactividad en la televisión brasileña en las últimas dos décadas. La autora argumenta que “la interactividad se convierte en un valor en la disputa entre lo analógico y lo digital”.

El artículo “Poetics and Aesthetics, Analog and Digital: a case study on the film’s photography direction in Night Shyamalan”, de Kleber Mazziero, resulta de un estudio de caso basado en los procedimientos metodológicos de un focus group compuesto por seis estudiantes de Cine, realizado en São Paulo en mayo de 2024. La investigación exploró si estos estudiantes, que habían visto la película en dispositivos digitales, percibían estéticamente los recursos lingüísticos utilizados en la construcción poética del director de fotografía Mike Gioulakis en la película *Old*, de Night Shyamalan. El estudio ofrece revelaciones importantes.

Los revivalismos ligados a la música y al vinilo son la temática de “El resurgir del vinilo y los coleccionistas de música Oi!”. En este artículo, Monsalve Gómez revisita el papel que el vinilo tiene en el movimiento skinhead de la ciudad de Medellín, en Colombia, a partir de la distribución física de la música en forma de LP-EP del género musical Oi! La investigación también contribuye a entender las características y los sentimientos de los coleccionistas musicales frente al vinilo y la representación musical de las bandas locales.

Por su parte, “Nostalgia de las paredes: La tramposa indistinción público-privado en celebridades posanalógicas” propone, como escribe Marcela Rochetti Arcoverde, “una reflexión ensayística sobre algunos efectos de la disolución de fronteras entre el ámbito público y la esfera privada, asociada al uso de redes sociales en internet, cuyos efectos nocivos suscitan cierta nostalgia de las paredes (y los pudores) que antes reforzaban esos límites”. En el centro de esta dinámica se encuentran los influencers o “celebridades posanalógicas”, expuestos a sufrir ataques de haters y “cancelaciones” con graves consecuencias, que pueden llegar incluso al suicidio, como en el caso del youtuber brasileño PC Siqueira.

En la investigación exploratoria cualitativa “El consumo de ropa de los millennials en el

contexto de convergencia entre lo analógico, lo digital y lo post-digital”, Toaldo Machado analiza las perspectivas analógicas, digitales y post-digitales que se manifiestan en algunas fases del proceso de decisión de consumo de ropa de los millennials o Generación Y brasileños, residentes en las ciudades de Porto Alegre y São Paulo. La investigación es una contribución importante para entender cómo la publicidad de estos bienes y servicios influye en la actitud de compra de los jóvenes de entre 18 y 35 años.

## Referencias

- Arnheim, R. (1986). *El cine como arte*. Barcelona: Paidós.
- Argan, G. C. (2010). *Teoria da Arte*. Lisboa: Editorial Estampa.
- Dubois, P. (1992). *O Acto Fotográfico*. Lisboa: Vega.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Oliveira, A. (2019). *Inteligência Artificial*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

