

Paper

Postfotografía y activismo gráfico: Hacia nuevas formas de participación ciudadana

Ravazzoli, Ignacio L.

iravazzoli@gmail.com

Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo. Instituto de Arte Americano. Ciudad de Buenos Aires, Argentina

Línea temática 3. Categorías: consensos y conflictos

Palabras clave

Postfotografía, Activismo gráfico, Redes sociales, Diseño, Era postmediática

Resumen

En el contexto actual, las TIC cobran cada vez más importancia como forma de vinculación y expresión ciudadana. En los movimientos sociales contemporáneos se observa una utilización de estos canales virtuales que se complementan con la acción clásica de manifestación en las calles, dando forma a nuevas vías de participación dentro de las cuales se enmarca el activismo gráfico.

Principalmente en las redes sociales se observa un creciente uso de las plataformas para difundir reivindicaciones sociales diversas en donde el diseño y los recursos visuales mutan y se desarrollan a un ritmo creciente. En este marco, la fotografía también comienza a generar nuevas formas que se complementan con los activismos actuales, lo que combina la difusión digital con la apropiación del espacio público. Teniendo en cuenta estas particularidades del contexto de los últimos años, Fontcuberta desarrolla el concepto de

postfotografía para dar cuenta de las características de la imagen fotográfica en la era postmediática. Siguiendo esta línea conceptual, el objetivo del presente trabajo será entonces indagar en la relación existente, en la actualidad, entre la noción de postfotografía y las formas de activismo gráfico en el marco de movimientos sociales de matriz autoconvocada, de modo de comprender y analizar cómo se construye sentido y cómo se logra instalar y difundir una reivindicación en la sociedad.

Introducción

“La postfotografía hace referencia a la fotografía que fluye en el espacio híbrido de la sociabilidad digital y que es consecuencia de la superabundancia visual. Aquella aldea global vaticinada por Marshall McLuhan se inscribe ahora en la iconosfera, que ya no es una mera abstracción alegórica: habitamos la imagen y la imagen nos habita”

Joan Fontcuberta

El alcance creciente de las redes sociales es un rasgo central e insoslayable de nuestra época. Las formas de comunicarnos y establecer vínculos sociales están mediadas por estos canales de comunicación virtuales que también influyen de manera directa sobre la conformación de los movimientos sociales contemporáneos y sobre las formas de participación y militancia. El activismo gráfico, en este sentido, se vuelve una forma de expresión que se resuelve simultáneamente en el espacio público (Borja, 2003; Borja y Muxi, 2000) y en el espacio público virtual (Lins Ribeiro, 2002), en una era hipervisual donde los recursos gráficos se conforman como un elemento central de nuestra época. En este marco, el campo fotográfico también adquiere nuevas características que, según Fontcuberta (2010, 2016), pueden pensarse desde la noción de la postfotografía. Entendiendo la importancia de las redes sociales como formas de expresión y participación ciudadana, la relación entre activismo gráfico e imagen se vuelve un elemento central de la cultura contemporánea para comprender los modos en que la ciudadanía adscribe a reivindicaciones sociales. El creciente acceso a la conectividad, el incremento de los dispositivos móviles y la mayor disposición de herramientas de expresión hacen que un sector social cada vez más amplio tenga acceso a la creación de diseños e imágenes sin necesidad de ser profesionales o expertos en el campo disciplinar respectivo. A ello podemos agregar que las lógicas de funcionamiento de las redes sociales (que se adaptan de manera constante y ofrecen cada vez más funciones y opciones) instauran nuevas lógicas de

circulación y difusión de fotografías y piezas gráficas, lo que genera que los usuarios, más allá de tener la capacidad de fotografiar o diseñar, puedan establecer sus propias estrategias de difusión que, si las consideramos colectivamente, pueden contribuir a instalar problemáticas en la opinión pública. De este modo, la imagen no se resuelve solamente en su mera creación, sino que pasa a ser central aquello que se hace con ella, las estrategias que giran en torno a ella, y también una serie de elementos que se interrelacionan y que le agregan mayor complejidad y posibilidades a los discursos visuales.

El objetivo del presente trabajo será entonces indagar en la relación existente, en la actualidad, entre la noción de postfotografía y las formas de activismo gráfico en el marco de movimientos sociales de matriz autoconvocada, de modo de comprender y analizar cómo se construye sentido y cómo se logra instalar una reivindicación en la sociedad. Para ello, en primer lugar, se establecerá una relación entre la *era postmediática* y el activismo gráfico, para luego indagar acerca del concepto de la postfotografía, y finalmente analizarla posible relación entre las particularidades de la participación a través de la gráfica y la fotografía actual.

***Era postmedia* y activismo**

Atravesamos una *era postmedia* donde las comunidades de productores de medios generan un espíritu de activismo en la red. Dichas comunidades provocan intercambios virtualizados donde se producen vínculos en torno a producciones expresivas muy diversas, en una dimensión desjerarquizada e “independiente”: “en un dominio posmedial en el que la circulación pública de la información ya no está exhaustivamente sometida a la regulación que organiza los tradicionales medios de comunicación, estructuralmente asociados a la producción social de consenso” (Brea, 2002: 38). En los movimientos sociales contemporáneos, esto no significa que todo se resuelva vía Web, sino más bien que existe una retroalimentación necesaria entre la actividad virtual y las acciones llevadas a cabo en la vía pública. En esta interrelación constitutiva de la matriz de funcionamiento de los movimientos actuales, la hibridación se vuelve un elemento central a la hora de entender cómo funciona actualmente la gráfica, tanto en torno a la creación como a la difusión y circulación del material.

Guattari, en los ochenta, ya presagiaba modos innovadores de diálogo, miniaturización y personalización de medios maquínicos y formas de conexión a través de redes, lo que abre la “posibilidad para una “singularización subjetiva”, mediante la descentralización, alteración y desestructuración del sistema mediático estatal y/o privado, facilitando la accesibilidad, interactividad y creatividad a los grupos autónomos, es decir, las relaciones bidireccionales y

multidireccionales entre los colectivos de enunciación postmediática” (Kancler, 2013: 75). La multidirección que Guattari menciona se ha incrementado considerablemente conforme las redes sociales fueron ganando espacio, generando redes horizontales multimodales donde ya no corre una lógica de emisor y receptor de mensajes en un sentido lineal y unidireccional, sino que se establecen contactos múltiples donde la generación de contenido y la autoría se vuelven cada vez más difusos. Si bien desde los planteos posmodernos se destaca un traslado hacia la importancia de la autoría y la propiedad sobre una obra, la lógica de circulación de contenido visual hace que la noción de autoría se diluya, dado que las redes sociales habilitan múltiples opciones para reapropiarse de contenido diverso. Esta reapropiación, por su parte, puede pensarse en una doble dimensión: una “no correcta”, donde quien se reapropia de una imagen vela la autoría original y se erige como autor de una producción ajena; y otra “correcta”, donde aparece una intervención sobre la imagen base que genera un contenido diferente, o bien donde se menciona la autoría original (lo que se puede hacer a través de una etiqueta, de un repost o de una mención en el cuerpo del posteo), que muchas veces es de una cuenta colectiva donde tampoco puede asumirse o vislumbrarse a un autor individual.

Más allá de la capacidad para generar redes horizontales multiescalares donde no se percibe un liderazgo visible, resulta cuanto menos paradójico asumir que la Web representa un canal de expresión donde masivamente cada vez más personas pueden expresar sus opiniones y generar material diverso, a la vez que representa un mecanismo de control inédito en la historia. En este sentido, se habla de vigilancia líquida (Bauman y Lyon, 2013), lo que implica que no solamente estemos siendo observados, sino que también estamos observando al otro nosotros mismos, donde “la condición de ser observado y visto cambió de categoría pasando de ser una amenaza a una tentación” (60). Se plantea entonces el interrogante acerca de si nos encontramos ante un futuro de vigilancia o si quedan espacios de libertad y esperanza (planteo que ya se hacía Brasil en 1984, o más recientemente el documental de Netflix El dilema de las redes sociales).

Aun cuando no podemos dejar de desconocer que Internet puede utilizarse como el instrumento de control más extendido conocido hasta ahora, el surgimiento continuo de movimientos sociales, el activismo gráfico que se observa en múltiples soportes y las formas de colectivización de las reivindicaciones también nos hablan de un marco donde el espacio virtual aporta nuevas vías para la libertad de expresión de un ciudadano que cuenta con cada vez más herramientas para crear y difundir mensajes. De este modo, pueden convivir sensaciones socialmente extendidas de monitoreo y control de nuestros actos cotidianos junto con la construcción de una Web que aporta continuamente nuevas formas y canales de expresión. El control ya no solamente con fines de seguridad nacional, sino también (y sobre todo) como

modo de validación social y como forma de construcción de la ciudadanía posmoderna en términos de sus actos de consumo (es general la sensación de que nos escuchan mientras hablamos a través de dispositivos como el celular o la PC -el ejemplo clásico es que en los sitios y casillas de mails aparezcan publicidades de productos o servicios que estuvimos buscando o de los que estuvimos hablando).

Ahora bien, más allá del potencial control que puede producirse en la Web, el universo de la imagen, tanto en su creación como en su circulación, se ha vuelto un elemento central de socialización y de difusión de reivindicaciones.

Acerca de la postfotografía y el *photo sharing*

En los últimos años, el campo de la fotografía ha sufrido una serie de cambios que autores como Fontcuberta relacionan con un pasaje hacia la postfotografía. La saturación de imágenes, el crecimiento del uso de las redes sociales, la digitalización de la imagen y los medios virtuales de edición e intervención llevan al autor a pensar en un cambio de la percepción social y de paradigma asociados a la fotografía.

Los mitos fundantes del campo como la indexicalidad y transparencia de la imagen pierden consenso, dado que con el avance de la fotografía digital la verdad aparece como una opción y no como una obstinación. Ya no podemos hablar de un registro objetivo de la realidad sino más bien de la apertura a múltiples universos de sentido visual, donde gran cantidad de elementos se hibridan y dan paso a nuevas formas de expresión, donde

las imágenes han cambiado de naturaleza. Ya no funcionan como estamos habituados a que lo hagan, aunque campen a sus anchas en todos los dominios de lo social y de lo privado como nunca antes en la historia. Se han confirmado los augurios de advertencias como aquéllas de McLuhan y Debord. La situación se ha visto agudizada por la implantación de la tecnología digital, internet, la telefonía móvil y las redes sociales. Como si fuesen impelidas por la tremenda energía de un acelerador de partículas, las imágenes circulan (Fontcuberta, 2016: 9-10).

Fontcuberta observa un cambio en torno al elemento central de la imagen. "Para él no es tan importante el presionar el botón del obturador como el que se hace con las fotografías" (Colorado, 2014). En este sentido, es interesante el enlace con el activismo gráfico como forma de difundir y hacer circular una

reivindicación. Más allá del desarrollo o creación de una pieza de diseño, las redes sociales y el vínculo que existe entre el espacio público y el espacio público virtual hacen que los sujetos, en tanto ciudadanos que participan activamente de las problemáticas de la sociedad, tengan la posibilidad de plantear estrategias para maximizar el alcance de aquello que muestran. Y no es solamente lo que se muestra, sino cómo, dónde y a través de qué estrategias, en un mundo donde viralizar un contenido es sinónimo de éxito. Asumir que más allá del componente creativo al momento de la toma o registro existe un componente estratégico de comunicación y difusión, implica que “las fotos pasan a actuar como mensajes que nos enviamos unos a otros. Antes la fotografía era una escritura, ahora es un lenguaje” (Fontcuberta, 2016: 119). Un lenguaje que, por su parte, requiere más tiempo invertido en sacar fotos que en mirarlas, en un mundo sobresaturado de piezas visuales (tanto fotográficas como de diseño, y también audiovisuales) donde se pasa de la figura del cazador de imágenes al recolector de imágenes.

En cuanto lenguaje, un contexto mediado por las tecnologías de la comunicación no solamente se reduce a una relación entre postfotografía y gráfica, sino que entran en el juego otros elementos propios de las redes sociales. Por una parte, en los últimos años la figura del emoji ha ganado fuerza como modo de expresión:

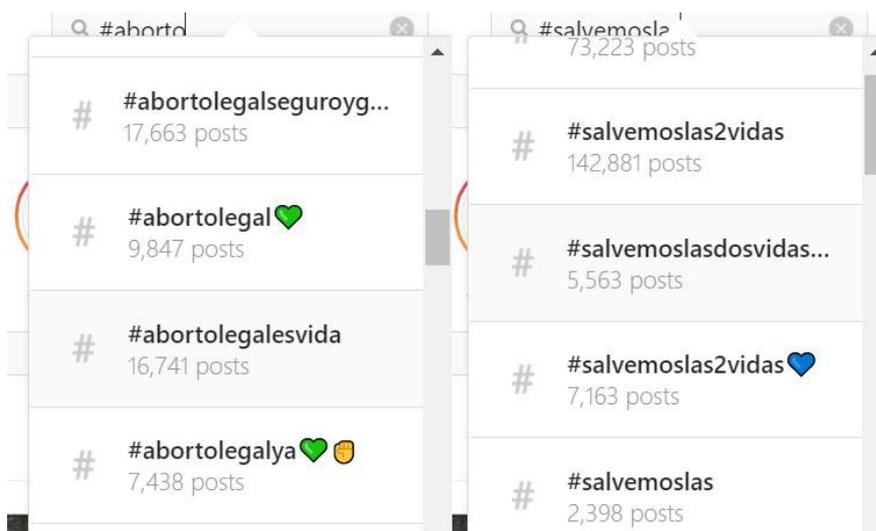
El uso de los emojis como canalizadores de estrategias de expresividad compleja, que responden a la necesidad de los usuarios de identificar a sus perfiles con ciertas posturas discursivas. Se trata del empleo de los emojis como insignias identificativas en el activismo social digital (Cantamutto y Vela Delfa, 2020: 122).

Ya no hablamos solamente de la imagen sino de aquel contenido con el que interactúa en un mismo posteo o en una cuenta. De este modo, el emoji tiene la potencialidad de reforzar o complementar un mensaje, aplicándose de diversos modos: por ejemplo, en la descripción del perfil, en el texto de un posteo e incluso dentro de *hashtags*. En el caso de los movimientos sociales contemporáneos, por ejemplo, se puede mencionar la figura de los corazones de colores (figura 1), que varían de acuerdo a la reivindicación: aquellos verdes¹ expresarán una posición a favor de la legalización del aborto, los celestes (o azules) expresarán la posición contraria, mientras que los violetas remitirán a las luchas feministas en un sentido más extenso (por ejemplo, el movimiento Ni una menos). En cualquier caso, el emoji refuerza y cumple la función de insignia en una doble dimensión: como modo de manifestar adhesión a una causa por parte del enunciador, y como forma de

¹ Por lo menos asociado a la reivindicación propia de la Argentina, dado que en otros países puede vincularse a otras instituciones y movimientos. En España, por ejemplo, el corazón verde también se asocia con el partido político Vox.

contextualización discursiva sobre la que gira la orientación interpretativa del enunciado (Cantamutto y Vela Delfa, 2020).

Figura 1: Capturas de pantalla en las que se observa una convivencia entre hahstags y emojis



Relevo propio en redes Instagram

Si bien la fotografía ya no solemniza episodios de la vida porque actualmente todo es y está fotografiado, la acumulación de imágenes en las redes sociales (tanto gráfica en soporte virtual como el registro de eventos y piezas en las calles) contribuye a espectacularizar sucesos, lo que favorece a que el hecho sea levantado por los medios de comunicación tradicionales. En una sociedad del espectáculo (Debord, 2008) lo central no es el conjunto de imágenes tanto como las relaciones sociales mediatizadas por imágenes. Si bien las reivindicaciones sociales suelen tener un componente contra hegemónico, no se debe perder de vista que, en la sociedad actual, *lo que no se registra no existe, y lo que no se viraliza pierde potencia comunicacional*. Porque el espectáculo se constituye como el modelo de vida socialmente dominante donde las apariencias se elevan por sobre las esencias, aun en el caso de los movimientos sociales contemporáneos.

A esto debemos agregar que la proliferación de dispositivos con capacidad de registrar fotográficamente (se habla ya no de celulares con cámara, sino de cámaras que permiten comunicarse por teléfono, teniendo en cuenta los avances tecnológicos en relación a la fotografía en dispositivos móviles) permiten tomar fotografías a un público cada vez más amplio. Lo que antes era

reservado a un campo profesional o a personas con el suficiente dinero como para acceder a una cámara y al revelado, hoy se extiende a un universo amplio y heterogéneo de personas que, en el caso de los movimientos sociales, utilizan la fotografía y el desarrollo de piezas de diseño como una forma activa de participación social. Así como Manzini (2015) habla de diseño experto y no experto, también podría hablarse de fotografía experta y no experta, dado que el creciente acceso a medios tecnológicos y a softwares fotográficos y de diseño implica un acceso mayor a estas *esferas de expresión*. Por primera vez, de manera masiva, somos simultáneamente productores y consumidores de imágenes, lo que genera una avalancha icónica casi infinita, en cuyo cúmulo ya no se observa una mediación, sino una amalgama y hasta una materia prima para el mundo.

Desde esta lógica, se asume que la postfotografía se constituye como un lenguaje donde las imágenes actúan como mensajes que nos enviamos unos a otros, que no se reserva a los profesionales de la imagen, sino que se producen en un diálogo entre un saber profesional y un saber no profesional (aun cuando existen diferencias, se asume que todos tienen la capacidad de diseñar y de realizar fotografías, lo que no implica que todos sean fotógrafos o diseñadores expertos). La industria de la telefonía celular se vuelve cada vez más importante y marca el ritmo de la fotografía, que ya no se imprime como antaño, sino que se envía como parte de un complejo proceso comunicacional que se centra en el ahora:

Si la fotografía nos hablaba del pasado, la postfotografía nos habla del presente, porque lo que hace justamente es mantenernos en un presente continuo que es la tierra de nadie entre el horizonte de las experiencias y el de las expectativas (...) Kodak prometía preservar los momentos fugaces de nuestra vida; el iPhone nos instala en un ahora dilatado como experiencia de vida (Fontcuberta, 2016: 114-115).

Por otro lado, es fundamental atender a la composición social de los movimientos, dado que existen formas de vinculación y accesos diferenciales a los medios tecnológicos. Iniciativas como el Ni una menos y las manifestaciones a favor de la legalización del aborto, por ejemplo, tienen un alcance amplio e implican la participación de grupos heterogéneos. No obstante, estos movimientos contemporáneos tienen una gran participación de los nativos digitales, que entablan una relación con la fotografía diferente a las generaciones anteriores. Si bien la división etaria no es tajante en cuanto al uso de las tecnologías de la comunicación, es indudable que los nacidos luego de 1990, en general, tienen internalizado el uso de estas tecnologías, que se vuelven una parte central de la vida en sociedad. La multiplicidad de dispositivos disponibles implica que

a nivel tecnológico la era de la convergencia se caracteriza por su complejidad. Nos encontramos en una etapa en la que los equipos y plataformas se han multiplicado para conformar un escenario multidispositivo. Cada usuario accede al contenido a través de diversas pantallas, con las que interacciona secuencial o simultáneamente, complementando tareas que lo convierten en un usuario multitasking (Loizate Fondevila, 2015: 14).

La noción de usuario multitasking es central, dado que marca una forma de actuar y de procesar y generar información propia de la época. La capacidad de asumir los cambios tecnológicos y procesarlos con naturalidad hacen que la generación de nuevo material y la utilización de diversas herramientas esté en constante cambio, lo que lleva a un corpus visual circulante cada vez más extenso y heterogéneo², aunque también, como ya se ha mencionado, a una sobresaturación de imágenes que muchas veces no logran cumplir con su objetivo comunicacional (si es que acaso lo tienen), producto de que no hay público o demanda para una oferta gráfica atrofiada.

Dentro de esta oferta se encuentran las *selfies*, que inundan las redes sociales y los dispositivos móviles, y que implican una práctica creciente del *photo sharing*. Las redes habilitan e incentivan el hecho de compartir material visual con otros usuarios como forma de mantener el flujo casi infinito de imágenes sobre las que se sostiene gran parte de su razón de ser. Ahora bien, estas prácticas no necesariamente implican la generación vacía de imágenes, sino que también habilitan modos de expresión heterogéneos y adaptables a cada usuario en función de sus gustos y hábitos. En el caso del activismo gráfico, suele observarse una unión entre la pieza y la imagen, que se coagulan en una fotografía donde detrás del diseño aparece la presencia de un creador o portador de la pieza (figura 2). Y hablamos de creador o portador, dado que en el espacio público virtual hay un universo extensísimo de imágenes al alcance del sujeto, que puede tomarlas y apropiárselas o reapropiárselas a través de algún tipo de intervención propia sobre la pieza original (como se verá en el apartado siguiente). En cualquier caso, lo interesante aquí es que en esta unión entre diseño y fotografía parece haber una forma nueva de ponerle el cuerpo a la reivindicación, que ya no pasa sola y necesariamente por concurrir a una marcha en la vía pública.

² Al menos hasta 2015, "se estima que existen 3,7 trillones de fotos tomadas en toda la historia. De ese total, 1,9 son digitales y 1,8 analógicas. Todo sucede de modo reciente y a gran velocidad: en 2011, las fotografías digitales superaron definitivamente a las analógicas, dato esperable considerando que actualmente se toman cuatro veces más fotos que hace diez años y que en el último año se produjo el 10% del total de las fotografías de la historia (Linne y Basile, 2015: 19).

Figura 2: Capturas de pantalla de cuentas de Instagram, de selfies de personas pertenecientes al campo del diseño experto y no experto sosteniendo piezas gráficas



Relevo propio

Según Linne y Basile (2015), los jóvenes (eminentemente) amplían las prácticas de la cultura fotográfica, en cuyo marco “lo que era una práctica solemne para fijar en la memoria familiar una serie de ritos de pasaje en las trayectorias vitales, se ha transformado en una práctica lúdica y cotidiana para compartir con el grupo de pares” (17). El *photo sharing* se vuelve una forma de sociabilidad contemporánea, en donde las redes sociales se conforman como el ámbito por excelencia para la circulación de las imágenes y para la interacción de prosumidores en la doble faceta del consumo y la producción de imágenes. Y el hecho de compartir imágenes como práctica social extendida nos habla de un *continuum* offline/online en el que actualmente se resuelve la socialidad, dentro de lo que se encuadra el papel de la imagen como forma de participación colectiva en los movimientos sociales actuales.

Postfotografía y activismo gráfico

La pregunta aquí, entonces, es cómo se vincula la imagen con el diseño. Específicamente, cómo se establecen relaciones entre la toma de fotografías y el activismo gráfico en los movimientos sociales contemporáneos, para abordar así una construcción de la reivindicación que en este sentido se resuelve de manera mixta. Mixta también en relación al vínculo entre la vía pública y las redes, donde se muestra la calle fotografiada. En primer término, el registro a través de la imagen amplía el círculo de difusión potencial de una pieza, dado que no solamente se reduce al hecho de llevarla como forma de participación a una marcha, sino que se fotografía para ser compartida en redes sociales.

Además de que los canales se abren cada vez más, la gráfica encara múltiples *camino insospechados* mediados por este doble campo de acción. La originalidad de la pieza muchas veces no se mantiene y muta, para ser registrada fotográficamente y finalmente ser compartida en las redes como otro modo de expresión. Lo que es nuevo aquí es que estas mutaciones gráficas no se quedan en el ámbito de lo privado sino que se exteriorizan, se difunden a través de la Web. Las redes sociales ofician de *diarios éxtimos* (Sibilia, 2008), en los cuales lo que antes se volcaba en un soporte que quedaba para la intimidad de cada persona, hoy es exteriorizado y compartido (y de acuerdo al nivel de privacidad de cada cuenta, puede quedar como contenido de acceso público). De este modo, en las redes suelen verse imágenes de piezas gráficas e imágenes recuperadas o revisitadas en función del contexto o del surgimiento o resurgimiento de una reivindicación. El diseño, la pieza gráfica, se difunde no solamente en su formato original en redes, sino que también aparece en la manifestación pública junto con las personas que los portan, que son fotografiadas, o autofotografiadas, con el objetivo de subir la imagen a las redes o para ser compartidas a través de diversas vías de comunicación como modo de participación social y de difusión de una reivindicación determinada. Y aquí hay un elemento más digno de mención, y es que existe un crecimiento en el acceso y manejo de dispositivos de materialización de piezas y fotografías que hacen que sea cada vez más sencillo imprimir (ya no revelar) el material gráfico para ser utilizado en la manifestación en la vía pública (figura 3).

Figura 3: Logo en formato digital y foto grupal con el logo aplicado en gráfica para la manifestación en el espacio público



Relevo en redes sociales

Por otra parte, el activismo gráfico se vale del universo fotográfico como un elemento fundamental de creación (figura 4). La postfotografía genera un

exceso de imágenes disponibles, lo que implica lógicas de gestión, difusión y control. El beneficio de este exceso, por otra parte, hace que la foto, como ya se ha mencionado, pierda su carácter suntuario, dado que la desmaterialización implica un mayor alcance, tanto en relación a costos como en relación a cantidad de material y formas de acceso. Además, la imagen fotográfica se vuelve insumo por excelencia para la creación de piezas gráficas, a través de herramientas digitales cuya accesibilidad es creciente. Los programas de diseño (sobre todo el Photoshop, cuyo manejo es menos complejo que en el caso de Illustrator o Corel Draw) son cada vez más utilizados, y a esto se suma una serie de herramientas disponibles en la Web que permiten a creadores no expertos aprovechar las aplicaciones para crear piezas gráficas de manera sencilla y rápida. Además, el exceso de oferta visual y la accesibilidad creciente a dicha oferta hacen que las piezas gráficas puedan resolverse de manera veloz, en consonancia con los hechos. En la imagen de abajo, por ejemplo, se observa una pieza donde la imagen fotográfica aparece tratada digitalmente e integrada al recurso tipográfico. Lo interesante aquí es que dicha pieza fue difundida el día posterior a la aprobación de la IVE, con lo cual, si asumimos que no fue creada previamente, se observa una velocidad en la resolución imposible de concebir en términos analógicos (sobre todo si la pieza se analiza desde su faceta creativa y de circulación).

Figura 4: Piezas gráficas de fines de 2020 donde se combina fotografía con tipografía



Relevo propio en Instagram

De acuerdo a lo analizado, entonces, la conjunción entre imagen fotográfica y pieza gráfica transita un proceso de secularización de la experiencia visual, donde lo gráfico deja de ser terreno de magos y especialistas para dar paso a un contexto donde todos podemos producir imágenes como un modo natural de relacionarnos con los demás y con el mundo, conformándose así un nuevo

lenguaje universal (Fontcuberta, 2016). Surge así la figura del ciudadano-fotógrafo/diseñador que, a través de la producción y el establecimiento de estrategias de circulación y difusión del material, puede adoptar una posición activa frente a reivindicaciones sociales de raíz contemporánea. Mucho de lo que hoy sucede en el marco de los movimientos sociales se resuelve así en este tándem entre una imagen fotográfica como autoregistro/*selfie* de la participación y de la pieza gráfica en la vía pública, así como también de la foto como recurso base para la elaboración de piezas que pasan a conformar el corpus del activismo gráfico de un movimiento o reivindicación social.

Reflexiones finales

Los vínculos sociales se han modificado en los últimos años. Es indudable que el avance de las redes sociales introduce una serie de cambios potentes que ofrecen una variedad de opciones para la expresión ciudadana. En el marco de los movimientos sociales contemporáneos como los que se ha mencionado en el desarrollo del trabajo, el papel de la imagen se vuelve central como discurso para un tiempo mediado por lo visual y por la circulación y producción creciente de elementos gráficos. Hoy en día, las reivindicaciones suelen sostenerse simultáneamente en el espacio público y en el espacio público virtual, en un tándem online/offline donde la fotografía y la capacidad de registro extendida a partir de la proliferación de los dispositivos móviles, habilita a los ciudadanos a ejercer activamente su derecho a manifestarse en base a la creación y al establecimiento de estrategias de difusión y asociación a través de la imagen. El hecho de compartir fotografías en manifestaciones y/o portando una pieza gráfica, la reapropiación de la imagen fotográfica para la producción de gráfica y el diálogo con elementos discursivos amplios (*emojis*, texto, *hashtags*, etiquetas). Desde esta lógica, y tal como Fontcuberta desarrolla en relación a la noción de postfotografía, ya no solamente es relevante el acto de tomar o crear una imagen, sino qué se hace con ella y cómo. Las redes democratizan los canales de expresión y colocan al ciudadano como gestor y estratega de su propio contenido y del contenido que lo interpela, abriendo el campo a una comunicación multimodal donde las visualidades se hibridan de manera cada vez más fluida para generar nuevas vías de participación ciudadana a través de la fotografía y el diseño.

Bibliografía

- Bauman, Z. y Lyon, D. (2013). *Vigilancia líquida*. Buenos Aires: Paidós.
- Borja, J. y Muxí, Z. (2000). *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona.
- Borja, J. (2003). *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza Editorial.

- Brea, J. L. (2002). *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. Salamanca: Editorial CASA.
- Cantamutto, L. y Vela Delfa, C. (2020). ¿De qué color es tu corazón? El uso de emojis en los procesos de activismo social. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 6: 119-136. DOI: 10.7203/rd.v1i6.183
- Colorado, Ó. (2014). *Postfotografía: informe especial*. Recuperado el 05/01/2021 de <https://oscarenfotos.com/2014/08/23/postfotografia/>
- Debord, G. (2008). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Fontcuberta, J. (2010). *La cámara de Pandora: La fotografi@ después de la fotografía*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutemberg.
- Kancler, T. (2013). *Arte, política y resistencia en la era postmedia* (Tesis de doctorado). Facultad de Bellas Artes, Universidad de Barcelona.
- Linne, J. y Basile, D. (2015). "Adolescentes y redes sociales online. El photo sharing como motor de la sociabilidad". En *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]* N° 53. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Loizate Fondevila, M. (2015). *Storytelling transmedia. Factores que influyen en la participación activa del usuario en campañas publicitarias basadas en estrategias de storytelling transmedia* (Tesis de Maestría). Universidad Autónoma de Barcelona.
- Lins Ribeiro, G. (2002). El espacio-público-virtual. En *Serie Antropológica*. Brasilia.
- Manzini, E. (2015). *Design when everybody designs. An introduction to Design for Social Innovation*. Estados Unidos: MIT Press.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Velasco Padial, P. (2017). La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía, de Joan Fontcuberta. En *Anales Del Instituto De Investigaciones Estéticas*, 1(111), 279-287.
<https://doi.org/10.22201/iie.18703062e.2017.111.2607>