

## # MEDIOS, ARTE Y AUDIOVISUALES EN TIEMPOS DE PANDEMIA

A continuación encontrarán una compilación con la serie de links a las distintas notas, plataformas y videos que hemos compartido en nuestras redes sociales durante las últimas semanas. Los mismos tienen una relación directa con los conceptos centrales que trabajamos en la cátedra y algunos de ellos también reflexionan desde un análisis crítico sobre los tiempos que estamos viviendo.



En tiempos de pandemias y aislamiento social preventivo y obligatorio, las fake news (o noticias falsas) en torno al Coronavirus COVID-19 circulan con tanta audacia (o quizás más) que el virus mismo. ¿Por qué ocurre esto? ¿Cómo identificar y prevenirnos de las noticias falsas? En "Coronavirus, la otra epidemia", de Guadalupe Nogués, se abordan estos y otros temas de especial relevancia para los tiempos actuales que autores ya clásicos de TEM // Cátedra Speziale, como Neil Postman, caracterizaron en términos de "la era de la (des)información".

Ya nos encontraremos en el taller y vamos a poder discutir sobre estos temas y tantos otros que involucran la importancia de reflexionar sobre el discurso de los medios de comunicación.

Links: Coronavirus, la otra epidemia | El Gato y La Caja: <https://elgatoylajaja.com.ar/.../coronavirus-la-otra-epidemia/>



### Cine Inmersivo en busca de su modo de representación y lenguaje propio.

En el número de abril/mayo 2020 de la revista Directores de la Dac, se ha publicado un artículo que se pregunta por las formas narrativas y los procesos de producción del cine inmersivo, 360, realidad virtual. En la foto que antecede a la nota, se puede ver una imagen del cortometraje experimental en 360, "Miedo y Asco", que es co-producido entre Groncho Estudio y NeoMediaLab de la UNTREF. El mismo, se basa en una poesía de Anabella Speziale y en una investigación que lleva adelante hace ya unos años. Invitamos a leer la nota completa en la Pag 66 de la revista.

Revista Directores de la DAC en el siguiente link:

[http://nube.dac.org.ar/directoresav/revista/DIRECTORES\\_22/pdf/revista\\_directores\\_n022.pdf?fbclid=IwAR3C3EgqHFjztmh2Zr9seHrukidGV61BwPwWyYjovp4EBSQwCBOeSM-AuMo](http://nube.dac.org.ar/directoresav/revista/DIRECTORES_22/pdf/revista_directores_n022.pdf?fbclid=IwAR3C3EgqHFjztmh2Zr9seHrukidGV61BwPwWyYjovp4EBSQwCBOeSM-AuMo)

+ INFO: <https://catedraspeziale.com.ar/tem/>

+ REDES : Facebook: spezialem // Instagram: @spezialem // Twitter: @SpezialeTEM // YouTube: Speziale TEM



### Este virus no es un partido de fútbol

En esta entrevista a Omar Rincón (ensayista, periodista y profesor universitario colombiano) analiza el papel que asumieron los medios en torno al avance del covid-19 y explica las claves de la cultura digital desde la mirada y los conceptos de varios autores que estudiamos en la cátedra, como lo es Marshall McLuhan.

Sus pensamientos colaboran para el pensar nociones sobre el rol de los medios en la cultura y el arte en la actualidad, problematizando la construcción de mensajes sobre la realidad, la sociedad y la política.

Link a la entrevista: <https://www.pagina12.com.ar/259239-omar-rincon-este-virus-no-es-un-partido-de-futbol?fbclid=IwAR1Yf4csGomuQRGWA80kHWChBqXa-nRY6tftdc0TP4WpM812GBjV-nwGoAE>



¡Otra vez Banksy! el artista callejero que sabe cómo acaparar miradas una vez más viralizó en los medios y es noticia: esta vez, en cuarentena, desde su casa y su cuenta de Instagram...

El artista nos pone en jaque acaparando nuestras miradas... pero también nos hace reflexionar.

Haciendo foco esta imagen, donde vemos el rollo de papel higiénico, más allá del chiste implícito, nos preguntamos por las relaciones de consumo, medios y pandemia...

Link a la nota: <https://www.lanacion.com.ar/cultura/banksy-ataca-su-arte-cuarentena-nid2354572?fbclid=IwAR3x2qVFEXPyKOfq3yRMOYALmunWly0IVpPhOH5xU3jvtSdqFs8pKw62b1w>



### Conversaciones

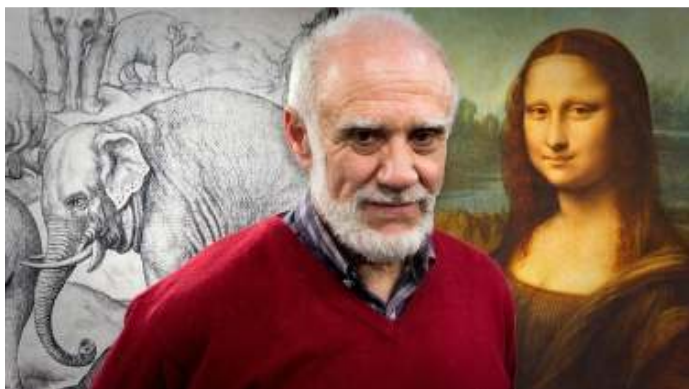
Para seguir pensando en modos de representación y lenguaje compartimos el ciclo "Conversaciones" con destacadas figuras de la escena artística (y mediática) realizado por el Teatro Cervantes. El ciclo comenzó en marzo de este año, días antes de la cuarentena, nada menos que con Diego Capusotto, un personaje ya clásico en TEM. Continúa en formato de video conferencia, en las que ya estuvieron personajes como Lorena Vega, Daniel Veronese, Javier Daulte o Rafael Spregelburd, y todas pueden verse on line.

Compartimos el link al sitio del Teatro y a la entrevista con Capusotto quien cuenta la experiencia de haber hecho teatro de autor, habla sobre sus gustos, sobre el humor y el lenguaje popular, la identificación de lo propio, el rating y el éxito, entre otros.

Link al Teatro: <https://www.teatrocervantes.gob.ar> // Link a la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=BQR3nVt1JtY>

+ INFO: <https://catedraspeziale.com.ar/tem/>

+ REDES : Facebook: spezialem // Instagram: @spezialem // Twitter: @SpezialeTEM // YouTube: Speziale TEM



José Emilio Burucúa siempre está presente en la bibliografía de TEM. Un texto suyo sobre Aby Warburg es central para trabajar en la cursada la noción de atlas visual. Hoy les compartimos este artículo a propósito de la publicación de su libro: Historia natural y mítica de los elefantes; donde no solo se habla de estos fascinantes mamíferos sino también recorre ciertos períodos de la historia del arte. Nos lleva a Leonardo Da Vinci, y Rembrandt cuyas obras son recurrentes en nuestras clases. Por ejemplo, La Gioconda, es una figura infaltable. Para Burucúa, esta pintura "es dentro de la constelación extraordinaria y casi aplastante de obras, de retratos del Renacimiento, es la primera a mi criterio que instala la ambigüedad expresiva del instante".

Link a la entrevista: <https://www.infobae.com/america/cultura-america/2019/09/12/las-lagrimas-de-los-elefantes-y-la-sonrisa-de-la-gioconda-por-jose-emilio-burucua-una-entrevista-que-se-convirtio-en-clase-magistral/?fbclid=IwAR0P97HfzQCwPUd596ZrDhnn28dadOHp5DRwVT518jq0EPa-Om2mM3P9msU>



**Publicidad y Coronavirus:** La pandemia causada por el covid-19 nos trajo un sinnúmero de publicidades audiovisuales que utilizan las mismas estrategias de seducción. La transmisión de emociones por intermedio de eslóganes sensibles, locuciones lacrimógenas, el tratamiento melancólico de las imágenes y las pistas de piano sombrío sonando de fondo que se repiten hasta el cansancio, nos inyectan una fuerte dosis de emotividad que libera la seducción pura del significante nulo, del término vacío, todas estas, características de la Publicidad Emocional.

En este compilado de publicidades se pierde la referencialidad al producto o servicio en sí, sus usos y funciones quedan de lado en beneficio del encanto, del mensaje seductor, reduciendo las posibilidades del consumidor de distanciarse y lograr una perspectiva reflexiva y crítica.

Durante la cursada veremos estos y otros códigos utilizados por la publicidad actual, en los textos de Tungate y Eguizabal.

Link al video: [https://www.youtube.com/watch?v=vM3J9jDoaTA&fbclid=IwAR2TVLDH7qk-Vr6UN1uy6fl2Juk-yQ6g41HQ4iAxTLonFrSsWP\\_CBTnwPCY](https://www.youtube.com/watch?v=vM3J9jDoaTA&fbclid=IwAR2TVLDH7qk-Vr6UN1uy6fl2Juk-yQ6g41HQ4iAxTLonFrSsWP_CBTnwPCY)



Desde el inicio de la cuarentena, Netflix duplicó sus ganancias y sumó 15 millones de suscriptores en el mundo. En Argentina, las apps de Delivery (Rappi, Glovo) registraron un incremento de hasta el 30% en sus actividades. La cotización de la empresa estadounidense Amazon creció, según publicó recientemente el periódico inglés The Guardian, un 42%, contando con un ritmo actual de ventas que ronda los 10 mil dólares por segundo (sí, diez mil dólares por segundo). ¿Qué tienen en común estas empresas? En todos los casos se trata de infraestructuras digitales que permiten que dos o más grupos interactúen; es decir, se trata de PLATAFORMAS. Hace ya unos años que en TEM // Cátedra Speziale abordamos esta problemática de la mano de Nick Srnicek, quien nos advirtió que el capitalismo tradicional ha devenido durante los últimos años en un capitalismo de plataformas.

En el escenario actual, nos preguntamos más que nunca por los impactos de las plataformas ¿Cómo redefinen a los mercados? ¿Qué tipo de relaciones establecen con los usuarios? ¿Y con la competencia? ¿Quién y cómo las regula?

Link a la nota: <https://www.infobae.com/economia/2020/04/21/amazon-la-empresa-que-mas-prospera-en-la-pandemia-vende-10000-dolares-por-segundo-y-se-acerca-al-millon-de-empleados/?fbclid=IwAR2si1rNKGD5jZDex0xQbOVC56reD5BQOMeUcNveBlhAjcZvrRWB2MiVc>

+ INFO: <https://catedraspeziale.com.ar/tem/>

+ REDES : Facebook: spezialem // Instagram: @spezialem // Twitter: @SpezialeTEM // YouTube: Speziale TEM





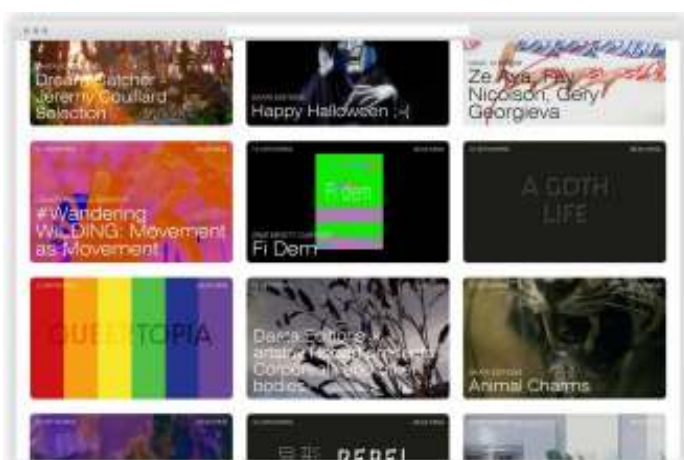
### Pensamiento Contemporáneo en Tiempos de Pandemias

La Fiebre" llegó luego de "Sopa de Wuhan" y es la segunda entrega del libro de distribución gratuita creado por la iniciativa editorial ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio).

Como el anterior, el libro reúne el pensamiento de varios intelectuales contemporáneos desde un enfoque multidisciplinar para reflexionar ante las circunstancias actuales en las que, por supuesto, sigue presente el rol de los medios.

Como particularidad, esta entrega reúne ensayos de pensadores argentinos y de este lado del globo.

Aquí uno de los tantos links donde puede encontrarse: <https://www.elextremosur.com/files/content/23/23821/la-fiebre-aspo.pdf>



### Arte Post-Internet y Galerías On-Line

Isthisit? es una plataforma de arte digital y arte post-internet, que viene trabajando antes de la pandemia y da cuenta de la última crisis en el arte. Fue fundada en el 2016 en Londres por el artista y curador inglés Bob Bicknell-Knight, y hoy se consolida como un proyecto donde se enfrenta el nuevo desafío que vive el arte contemporáneo.

Producto de la pandemia y del cierre de museos, galerías y centros de exhibición, este espacio virtual es un punto de encuentro para muchxs artistas y curadores donde se ponen en relación muestras on-line con otras off-line.

Dentro de la cursada de TEM, nos preguntamos sobre el estado actual del arte, y en especial del arte en relación a los medios, problemáticas que se ven reflejadas en varias de las obras que encontramos en las páginas del sitio.

Link a la plataforma: <https://www.isthisitisthisit.com/>

Hace un par de días, su creador dio a una entrevista a Rotunda Magazine, la cual también se las compartimos

Link a la entrevista con el creador de Isthisit?: [http://www.rotundamagazine.com/isthisit\\_bob-bicknell-knight\\_online\\_and\\_postinternet\\_art/?fbclid=IwAR1Vv\\_RpOV5XZw7chtEGxWaLHFblQ2nktZ1ZE2VH2liSiPpuB00UuBRY0no](http://www.rotundamagazine.com/isthisit_bob-bicknell-knight_online_and_postinternet_art/?fbclid=IwAR1Vv_RpOV5XZw7chtEGxWaLHFblQ2nktZ1ZE2VH2liSiPpuB00UuBRY0no)

### Cerramos esta entrega con una imagen que invita a la reflexión



#### La Gioconda, ícono viral

Desde que se declaró la Pandemia por el Covid-19, aparecieron varias apropiaciones de reconocidas obras de la cultura occidental, donde sus personajes lucen la protección de las mascarillas que tapan nuestras bocas y narices.

El artista urbano italiano Salvatore Benintende, cuyo pseudónimo es "TVBOY", pintó en Barcelona una Mona Lisa con barbijo y un teléfono móvil, en el que se lee: "Mobile World Virus" (Virus del Mundo Móvil). Con este mural el artista quiere dar cuenta de la fobia al virus que existe en el mundo, y también crear una alegoría a la cancelación por la pandemia del mayor congreso mundial sobre tecnología móvil que iba a tener lugar en dicha ciudad a fines de febrero. En palabras del autor: "con este trabajo quiero reflexionar sobre cómo la tecnología es una vacuna o un virus que nos hace esclavos"



+ INFO: <https://catedraspeziale.com.ar/tem/>

+ REDES : Facebook: spezialem // Instagram: @spezialem // Twitter: @SpezialeTEM // YouTube: Speziale TEM