



ACTAS

IV CONGRESO INTERNACIONAL
SOBRE ANÁLISIS FÍLMICO

**NUEVAS TENDENCIAS E
HIBRIDACIONES
DE LOS DISCURSOS AUDIOVISUALES
EN LA CULTURA DIGITAL CONTEMPORÁNEA**

4, 5 y 6 de mayo

Universitat Jaume I, Castellón
2011

Iván Bort Gual
Shaila García Catalán
Marta Martín Núñez
(editores)

ISBN: 978-84-87510-57-1

Ediciones de las Ciencias
Sociales de Madrid

Mirada
antropológica y
cultura digital
Propuesta
interdisciplinaria
para el análisis
de los nuevos
medios
audiovisuales

M^a DOLORES FERNÁNDEZ-FÍGARES Y RAFAEL MARFIL
ESCUELA SUPERIOR DE COMUNICACIÓN DE GRANADA

1. Introducción

Proponemos, en esta comunicación, el necesario cruce y la acción conjunta y transdisciplinar de Antropología y Ciencias de la Comunicación, campos que continúan permaneciendo inexplicablemente ajenos, salvo algunas excepciones, a pesar de las permanentes coincidencias y concordancias en el objeto de estudio, que no es otro que el propio entorno cultural, caracterizado por la omnipresencia de los procesos de representación, recepción y consumo audiovisual y multimedia. El diálogo y la integración disciplinar es, desde nuestro punto de vista, imprescindible. Más aun en una sociedad en la que el hecho fílmico ha consolidado su presencia como «pantalla global» (Lipovetsky y Serroy, 2009: 22).

No es el objeto de esta comunicación ocuparnos de las explicaciones que podamos encontrar a tal divorcio entre campos académicos, pero sí podemos afirmar que si persiste en sus consecuencias, perderán aquellas personas interesadas por los territorios fronterizos y transdisciplinares.

Precisamente en el ámbito del análisis cinematográfico y audiovisual, tradicionalmente basado en la narratología y la teoría estructuralista, la vertiente cultural y antropológica propone hoy día posibilidades para la comprensión y expresión de enorme interés. Sin embargo, nuestra propuesta no debe considerarse un cambio de rumbo ni una mirada hacia otro sitio, sino el empuje interdisciplinar y holístico al que obligan las circunstancias, es decir, hay que hacer un mayor esfuerzo para incorporar nuevas metodologías, como el caso de la etnografía, sin perder ni un ápice del rigor de la perspectiva formalista, que caracteriza al análisis audiovisual. Los procesos de representación “hibridan” y, por tanto, también lo debe hacer la investigación y el entorno académico, aunque eso conlleve más trabajo.

Internet y todos los formatos tecnológicos asociados de representación y recepción audiovisual (videojuegos, sistemas de lectura en pantalla, telefonía móvil, etc.) se han convertido en territorio de confluencia para el análisis y la expresión. Un espacio común con infinitas posibilidades. En la actual situación, nos atrevemos a proponer algunos apuntes y reflexiones, como estado de la cuestión, con ejemplos de algunos entornos para la antropología visual, audiovisual y digital. Las líneas propuestas son, básicamente, detectar las posibilidades de investigación antropológica en la red y, además, considerar el propio medio digital como un entorno para la indagación etnográfica. Por hacer referencia al debate metodológico en análisis fílmico, apuntado de forma contundente por Imanol Zumalde (2006), no pretendemos proponer la eliminación de posibilidades, sino la suma y el encuentro de procedimientos. Estamos con Marzal-Felici (2007, 65) al identificar la menor presencia del análisis semiótico y el incremento de los estudios culturales como el resultado de una moda académica y de corrientes filosóficas que influyen directamente en el ámbito educativo. Sin embargo, proponemos el encuentro efectivo y no excluyente, planteando, por ejemplo, que sea el análisis fílmico de carácter textual el que colabore con el proceso antropológico. La Comunicación Audiovisual debe tomar conciencia de su capacidad para comenzar a realizar aportaciones, en lugar de recibir préstamos o herencias de otros campos de conocimiento.

Además, no descartamos la validez de añadir la faceta contextual a nuestras investigaciones o, mejor expresado, la vertiente cultural o antropológica, midiendo bien los porcentajes y las aportaciones de cada planteamiento. Se trata, por tanto,

de proponer un “marco teórico ecléctico”, utilizando la terminología de Gómez Tarín (2010a, 67) en un reciente material centrado, precisamente, en el análisis de textos audiovisuales. Dirigimos la progresión de nuestra mirada desde lo textual hasta lo contextual, conscientes de estar inmersos en un debate amplio en el que, por ajustarnos a las exigencias de esta propuesta específica, proponemos algunos apuntes, ejemplos y reflexiones en torno a lo que, consideramos, debe ser una línea de trabajo interdisciplinar. La inundación de nuevos soportes, lenguajes y posibilidades que ofrece la Cultura Digital está impidiendo una reflexión sosegada en torno a cómo analizar y comprender esos nuevos textos audiovisuales y multimedia.

2. Hibridaciones. El interés antropológico

2.1 La comunicación audiovisual como método investigador

La importancia de los medios de comunicación en la comprensión social y cultural de nuestro entorno ha hecho que el interés por los medios desde la perspectiva de la Antropología empiece a ser constante. En ese vínculo, contamos con un antecedente que goza de cierta legitimación académica, como es el caso de la

La inundación de nuevos soportes, lenguajes y posibilidades que ofrece la cultura digital está impidiendo una reflexión sosegada en torno a cómo analizar y comprender esos nuevos textos

Antropología Visual, con una fuerte presencia y una notable producción científica en países como Estados Unidos o Francia. Se trata de una subdisciplina antropológica que no puede considerarse de forma específica “audiovisual”. En este sentido, tal y como explica Grau Rebollo (2001, 32), el término «Antropología Audiovisual» comenzó asociándose más a la aportación documental del soporte videográfico, como apoyo para un estudio antropológico tradicional, que a considerar el propio medio como herramienta para la expresión conceptual y la indagación científica. Actualmente, las posibilidades de la Cultura Digital están haciendo posible considerar estos lenguajes y canales como herramientas para generar conocimiento científico, perspectiva que siempre estuvo presente

en la “subdisciplina”. Hay que destacar también que, en este sentido, algunos sectores vinculados con la Educación Artística y las Artes Visuales están haciendo hincapié en las posibilidades conceptuales de la imagen:

La ‘investigación basada en imágenes’ propugna que las imágenes, ya sean gráficas, fotográficas, cinematográficas, digitales, etc., son un medio o un sistema para la representación del conocimiento tan aceptable como el lenguaje verbal o matemático, y en algunos casos incluso más interesante y apropiado que los dos anteriores (Marín Viadel, 2005: 234).

Un ejemplo es la aportación de producciones videográficas en www.antropologiavisual.net, un canal específico de Antropología Visual que comentaremos en la aportación de casos (punto 3). En este espacio, los vídeos, más que ser soportes o complementos, hablan por sí mismos y son textos legitimados, resultado del trabajo antropológico. Se hace antropología a través del lenguaje audiovisual. Se aprovechan las posibilidades expresivas y técnicas del medio audiovisual para establecer un diálogo efectivo entre patrones culturales. El uso del medio cinematográfico fue en los orígenes, un «medio para alimentar los sueños de aventura de las sociedades burguesas al mismo tiempo que su autocomplacencia sobre la obra civilizadora de las naciones superiores» (Fernández-Fígares, 2003: 19). Con las posibilidades actuales, si el antropólogo utiliza el vídeo como su medio para la investigación, el ámbito de la comunicación social tiene mucho que decir en torno a la reflexión sobre el proceso y sobre el mensaje. Nos interesa el proceso de aportación mutua. Por un lado, cómo la etnografía ha sido importante para el método cualitativo en comunicación. Por otro, comprender el sentido de la mirada antropológica hacia los procesos de comunicación.

2.2 Mirada antropológica a la comunicación

Como se indica en un estudio propio sobre Media Anthropology (Fernández-Fígares, 2008), tras unos veinte años de trabajos en Visual Anthropology, la disciplina se ha interesado por el territorio de los medios de comunicación a partir de los trabajos de Sarah Dickey (Dickey, 1993) por lo que podemos establecer 1993 como fecha de presentación de esta subdisciplina que viene presentando interesantes resultados de investigación,¹ especialmente en Estados Unidos (Bird, 2010). Precisamente, la idea de recibir mensajes y crear o enfatizar realidades nos lleva a destacar la pertinencia del objeto de estudio desde la óptica antropológica, fundamentalmente al aplicarlo a Internet y a la Cultura Digital como nuevo espacio antropológico. Ésa es fundamentalmente nuestra propuesta, para la que proponemos algunos casos concretos en el apartado 3.

2.3 Antropología y Cultura Digital

Era cuestión de tiempo, por tanto, que el interés girase al nuevo universo digital, la nueva sociedad que llamamos Internet. Una de las primeras obras es la de los antropólogos británicos Daniel Miller y Don Slater (2000), que investigaron en la isla de Trinidad sobre los usos de Internet y sentaron importantes bases metodológicas para el trabajo etnográfico en este campo «virtual», una de las cuales reside en la interacción que producen las tecnologías de la comunicación en las relaciones interpersonales, como «prolongación» de estas últimas, en la conocida terminología de McLuhan (1996). Estamos, pues, en los principios de una subdisciplina que se ofrecía prometedora y, como viene siendo habitual en la Antropología desde sus inicios, los investigadores se ven en la necesidad de definir, delimitar o acotar el objeto de estudio, para que no derive en territorios ajenos y para diferenciarlo de las numerosas disciplinas que estudian las nuevas tecnologías. Es ahí donde el tradicional esquema de compartimentación del conocimiento, herencia del

Cognitivism y la Ilustración, ofrece más dificultades que ventajas para el diálogo interdisciplinar.

Mayans, siguiendo a otros autores, denomina a este nuevo campo «ciber antropología» (2002), y precisa el objeto de estudio centrándolo en sus usos sociales, definiciones, apropiaciones y manipulaciones culturales, a la clásica manera antropológica. Propone el término «tele-otro», para señalar que los seres humanos y los grupos sociales que estudiamos no son distantes, como en los trabajos de campo tradicionales, pues la coordenada del espacio se ve modificada por la irrupción de las nuevas tecnologías, al igual que el tiempo. Es una interesante casualidad, al hablar de un entorno multimedia, que surja el valor de las coordenadas y el sentido espacio-tiempo, una terminología que ha resultado imprescindible para comprender el cine (Deleuze, 1985).

La propia metodología investigadora es, precisamente, lo que incita a la reflexión sobre los nuevos medios desde la Antropología. Es ahí donde el debate se hace más vivo, al trasladar al campo las técnicas etnográficas habituales, dándose paradojas como la práctica de la observación participante a cargo de un individuo (el antropólogo), en la soledad de su habitación, ante la pantalla de su ordenador que, sin embargo, hace que “el otro a la distancia” se vuelva cercano y próximo, gracias a los artificios de mediación tecnológica y, eso sí, siempre que acepte sus condiciones propuestas para la investigación. Se trata de Antropología hablando desde y de la Comunicación.

2.4 Aportaciones desde el Análisis Fílmico

Esa mirada antropológica puede verse enriquecida a través de la aportación analítica en torno al propio texto, actividad en la que el Análisis Fílmico y la Narrativa Audiovisual han demostrado un corpus metodológico más que suficiente. Uno de los aspectos más interesantes que nos ofrecen las relaciones sociales en Internet es que se resuelven por medio de textos, sean verbales o icónicos. En este sentido, es conveniente hacer una aclaración previa, sobre el valor de la palabra en los mensajes multimedia. Los planteamientos de hace décadas desde la Cultura o la Antropología Visual deben volver a hacer un hueco a la palabra, esencia de los análisis de Google, las búsquedas en la red y, por tanto, la presencia masiva para llegar a grandes públicos. En pleno apogeo de la Civilización de la Imagen, la palabra ha vuelto a ser protagonista, aunque en un uso combinado con la imagen:

La implantación, aceptación y uso masivo de la comunicación multimedia, la interactividad e Internet han motivado la vuelta al uso de la palabra y la lengua española a un porcentaje notable de la población, a través de la escritura al minuto, las notaciones gráficas y la combinación de imagen fija, vídeos y palabras en forma de hipertextos (Marfil, 2008).

Palabra e imagen protagonizan una primera hibridación, incluidas las notaciones gráficas basadas en signos de puntuación que se convierten en emoticonos. Se trata de un proceso más en un contexto de cambio, confusión y mestizaje. Una clasificación posible de esas «hibridaciones» podría ser la que corresponde a las tecnologías, los formatos y soportes, los significantes y los discursos (Gómez Tarín, 2010b: 5).

A la dialéctica polaridad de palabra e imagen hay que unir la observación de Elisenda Ardévol, cuando propone unir «lo visual» con «lo virtual» (2009: 1) en los enfoques analíticos de la red, dado que ambas tecnologías se condicionan mutuamente, dando lugar a lenguajes y prácticas específicas. La cuestión de la representación de la realidad también está presente, por tanto, en esa aproximación antropológica. No obstante, esta denominación «virtual», concebida como una oposición a lo «real», también plantea no pocas dificultades, pues partimos de la base de que no se trata de un mundo sustitutivo, o vicario, pero siempre representado. Tal como defienden Miller y Slater (2000), solo desde lo local se pueden comprender las formas de apropiación que los usuarios realizan del ciberespacio, frente a los discursos que impone la Globalización.

A propósito del nuevo mapa de presencias y relaciones, es importante comentar hasta qué punto Internet ha contribuido a hacer aflorar identidades locales e incluso reforzarlas, en medio de los potentes tráficos que impone la globalización, esa especie de mundo sin fronteras. En este sentido, resulta sugerente la relación que establece Anita Hammer (2005) entre la necesidad humana de ritos y juegos y la tecnología digital, que se constituiría en un nuevo modo de canalizar tal vía de expresión cultural, relacionada estrechamente con el mundo al que llamamos “realidad virtual”, que no es más que un entorno imaginado, recreado o ritualizado. Como no podía ser de otra manera, tal ritualización imaginada descansa o se apoya en los mitos y las narraciones, nódulo fundamental de los patrones culturales y de los procesos comunicativos. Por ello, la autora asegura que la representación digital simplemente añade un capítulo más a la historia del «homo ludens» (Hammer, 2005). Por otra parte, el espacio de la red es obvio que no es físico, sino que se teje a través de relaciones, conexiones y vínculos, un espacio reticular, segmentado, itinerante y extremadamente cambiante.

Un ejemplo de esta virtualidad constante lo tenemos en los cambios que denotan los intereses de los investigadores, ya que hace algunos años se orientaban hacia las llamadas «comunidades virtuales», constituidas por los foros y chats, que agrupaban a individuos en función de algunos intereses particulares, cuestión que ha dado paso a las redes sociales, estrella indiscutible de los nuevos proyectos de investigación más recientes, por una lado, y de las iniciativas de rentabilidad comunicacional y publicitaria por otro. En todo caso, como indica Anta Félez, «la cuestión clave sigue siendo la misma: ¿qué significaciones, qué formas de recreación identitaria y de relación se dan en el chat y cómo éstas reflejan la realidad externa?» (2002, <http://www.cibersociedad.net/congreso>), haciendo hincapié en la interactividad entre «lo real» y «lo virtual». Como puede comprobarse, los interrogantes desde la Antropología y desde la Comunicación se realizan en torno a importante un espacio común. También la antropología económica reflexiona en torno a la tarea de construir una sociedad civil global desde el uso de Internet (Hart, 2000).

Si bien sus reflexiones no proceden directamente de la disciplina antropológica, resulta pertinente citar aquí el reciente trabajo de Nicholas Carr (2008)¹ que acaba

¹ El libro de N. Carr (en la bibliografía final de este artículo) lleva por título original *The Shallows, : What the Internet Is Doing to Our Brains*. W.W. y fue traducido al español en la edición de Taurus en 2011 con el título *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?*, una extraña traducción de la palabra inglesa shallows, que encierra la metáfora de “aguas poco profundas”. Sólo el concepto

de publicarse en español, tras un deslumbrante éxito editorial en todo el mundo de las varias ediciones en inglés. Nos ofrece una perspectiva cognitivista, en la línea macluhiana (si se nos permite el barbarismo) de considerar que los modos de difusión y almacenamiento del conocimiento condicionan la manera de acceder al mismo. El autor pone en guardia sobre los efectos que la comunicación en la red con los hábitos que contribuye a formar acompañados de las necesarias conexiones neuronales: la dificultad para alcanzar la concentración que se necesita para elaborar y leer textos en profundidad sería la consecuencia más preocupante. Como ya hemos apuntado más arriba, la perspectiva de la comunicación en Internet desde el punto de vista de los textos audiovisuales ha sido abordada por Elisenda Ardévol que viene realizando desde hace varios años, con el grupo Medacciones de la Universitat Oberta de Catalunya, investigaciones de tipo cualitativo y etnográfico sobre la sociabilidad online, la cibercultura y la identidad virtual, así como sobre las prácticas mediáticas relacionadas con los usos de las tecnologías: auto-representaciones en redes sociales, el uso de la fotografía o el video en los perfiles y blogs, la construcción de identidades colectivas a través de estas herramientas, etc.

3. Algunos casos prácticos

Aportamos ejemplos del universo textual generado por la Antropología o que puede estudiarse mediante la integración de ambas disciplinas. Estos ejemplos no pretenden ser un exhaustivo recorrido por lo disponible en la red, sino apuntar algunas líneas de reflexión y trabajo.

3.1 Etnografías en YouTube

Si tuviésemos que precisar el punto de encuentro de la Antropología e Internet al que hoy día podamos tener acceso, no cabe duda que se encuentra en la utilización de la red social YouTube, por la vía de la Antropología Visual, verdadera plataforma de difusión de documentales de carácter etnográfico que están proporcionando una visibilidad desconocida hace algunos años para las identidades locales. La búsqueda de Google, en el apartado de vídeos, sobre “etnografías en YouTube” arroja siempre un resultado de varios miles de entradas, tras las que siempre hay un contenido diverso y heterogéneo. Si consultamos Visual Anthropology en YouTube obtenemos 596 resultados. Si realizamos la búsqueda en YouTube con la palabra “Antropología”, obtendremos 5.240 resultados². Destacamos, a través de diferentes ejemplos encontrados, la presencia de museos de carácter antropológico y, precisamente, los vídeos que reflexionan en torno a la propia metodología etnográfica, por lo que hay una importante presencia metadiscursiva.

YouTube puede considerarse un universo textual e intertextual para desarrollar el análisis, teniendo en cuenta los nuevos factores del dispositivo de recepción y la posibilidad de personalizar de forma individual e interactiva el visionado y la progresión secuencial. Además, la mirada y la temática antropológica nos conectan

del título indica mucho acerca del cambio de paradigma que constituye Internet en lo relativo a procesos y contenidos.

² www.google.es y www.youtube.com, fecha de consulta: 10/02/2011.

con el valor del conocimiento de otras culturas de forma inmediata, la didáctica de los propios procesos metodológicos. Una vez más, soportes, entornos y lenguajes digitales nos permiten iniciar diálogos de carácter interdisciplinar. Encontramos, eso sí, una desbordante amplitud de registros, que indica el interés, en los próximos años, por afinar en los motores de búsqueda a la hora de realizar actividades con rigor investigador. Vemos ejercicios de carácter divulgativo, como el caso del vídeo. Como ejemplo de esa posibilidad de realizar una pedagogía del propio método, tenemos la producción *Qué es Etnografía* (2001).

Vídeos de este tipo constatan la amplitud de posibilidades divulgativas que ofrece la posibilidad de compartir ejercicios de mayor o menor grado de profesionalidad, resultando cada vez más intensa la hibridación entre lo profesional y la realización artesanal vinculada a proyectos personales o investigadores. No obstante, desde una perspectiva amplia del Análisis Fílmico, Youtube es el propio texto, con una notable presencia de producciones documentales de carácter antropológico en general, aunque de

estilos y perspectivas diversos, o dispares, en una extensa gama que va, desde la mera documentación de trabajo de campo, hasta exposiciones con montajes explicativos, desde la reflexividad que pone de manifiesto los procedimientos de realización, a la observación pretendidamente neutral, si tal cosa fuera posible.

La Antropología responde a la vocación de conocer y comprender a la otredad, un factor en el que Internet permite muchas posibilidades

3.2 Internet como soporte específico para compartir y divulgar la propia acción investigadora

El archivo de Antropología Visual y Media www.antropologiavisual.net, proyecto en el que participan diferentes instituciones y universidades, es un ejemplo del uso de la red como punto de encuentro y puesta en común de investigaciones que tienen en el mensaje audiovisual su propuesta fundamental de contenido. Se trabaja y comparte la documentación y reflexión en torno al patrimonio y la cultura, desde una perspectiva antropológica. Sin embargo, en algunos casos se echa de menos una reflexión dirigida al propio lenguaje y significado del texto audiovisual. Es en este ámbito donde reclamamos la validez y utilidad del Análisis Fílmico.

3.3 Difusión y recepción de lo cinematográfico en red

Internet es un hecho cultural sin precedentes, que está transformando a gran velocidad el tradicional concepto del proceso comunicacional. La suma de aportaciones antropológica y comunicacional, en su vertiente más vinculada al análisis audiovisual, constituye un ámbito de gran interés a la hora de dirigir su objetivo investigadora hacia las nuevas formas de crear, difundir y ver producciones audiovisuales. Festivales de cortos en la red, como el caso de www.notodofilmfest.com constituyen un ejemplo de ese nuevo dispositivo vinculado a lo audiovisual. Si el contexto nos habla de sinergias comerciales, pautas de consumo y tendencia a las producciones de ficción, el análisis fílmico

nos ayuda a comprender las nuevas tendencias creadoras y los significados, mientras que la investigación antropológica nos sitúa en un nuevo modelo cultural basado en las posibilidades de lo digital, que además se conforma, expansiona y difunde en red.

3.4. Conexión entre antropología y producción documental

Igual que los eventos en la red vinculados al cortometraje de ficción, es interesante la posibilidad de desarrollar y difundir directamente un trabajo vinculado a la memoria mediante el género documental, como es el caso del Concurso Nacional de Creación Contemporánea sobre la Memoria de Andalucía, promovido anualmente por el Centro de Estudios Andaluces de la Junta de Andalucía. Los resultados de iniciativas de este tipo, obras premiadas como *Hilda* (Alfonso Kint, 2008) o *La madre sola* (Miguel Paredes, 2010) muestran la amplia gama de posibilidades creativas e investigadoras que ofrece la comunicación audiovisual en torno a un concepto tan antropológico como la memoria. En este sentido, destaca la importancia del testimonio y las historias de vida, la inclusión de las instituciones en el proceso de creación y divulgación en red, etc., en una serie de producciones en las que, gracias a la aplicación de las bases del Análisis Fílmico, observamos recursos como el uso dramático de la música y la configuración narratológica propia de un tono cinematográfico o televisivo.

3.5 Espacios para la colaboración en red

Más allá de la difusión o creación a través de Internet, queremos destacar el ámbito de la creación colaborativa y el interés que, desde el campo de la Antropología y la Comunicación, tienen algunas iniciativas. Un ejemplo en Andalucía es el proyecto *Zemos 98* (<http://tv.zemos98.org>), con un marcado carácter crítico, social y didáctico, centrado en la comunicación social para el desarrollo de esos objetivos transformadores. Hay que destacar la posibilidad de procesos colaborativos a través de la red como proceso social.

Tal y como asegura Ana Sedeño:

Internet ha modificado las perspectivas de creación de contenidos audiovisuales, dando paso a la posibilidad de estrategias colectivistas y de apropiación junto a nuevas formas de autoexpresión vinculadas a la representación de la identidad (individual, colectiva) como los retratos, los videoensayos, el diario de viaje, la documentación de eventos familiares... (Sedeño, 2010: 3)

El ejemplo del documental *Intervenciones en Jueves-Superhéroes de barrio* es un ejemplo de esa mirada antropológica dirigida al entorno urbano a través de las posibilidades creativas e irónicas y reflexivas de la comunicación audiovisual y que, interesante paradoja, tiene un estrecho vínculo con las intervenciones a través de lo individual y lo colectivo, de la presencia “real” y, posteriormente, difusión y debate “virtual”.

4. Conclusiones

Destacamos, como conclusión principal, el interés de la confluencia y aportación mutua que pueden desarrollar la Antropología y la Comunicación Social en el contexto de la Cultura Digital. Además, destacamos algunas ideas principales:

- La consideración de Internet y los entornos de la Cultura Digital como espacios de interés común para ambos campos académicos.
- Superación del concepto de las producciones audiovisuales como soporte complementario o documental de la investigación antropológica, adquiriendo una vertiente de carácter más conceptual y metodológica.
- Consideración de Internet no solo como objeto de estudio sino como canal para desarrollar procesos de actuación colaborativa. La Antropología responde a la vocación original de conocer y comprender a la otredad, un factor en el que Internet permite muchas posibilidades.
- Reflejo de los procesos de hibridación también en el ámbito metodológico. Se combinan lenguajes y soportes, luego también es necesaria la aportación interdisciplinaria, siempre de una forma que no sea excluyente.
- Interés por desarrollar aportaciones concretas desde el análisis fílmico hacia la Antropología. El universo de etnografías audiovisuales sugiere una intervención desde el análisis que puede resultar altamente enriquecedora.
- Valor de la universalidad de los nuevos medios y posibilidades de actuación colaborativa en red, vinculando realidad y representación virtual.

BIBLIOGRAFÍA

- ANTA FÉLEZ, J.L. y PALACIOS RAMÍREZ, J. (2002): "Internet como simulacro cultural: malentendidos y reflexiones al respecto de las cibernociologías". Presentado en el 1er Congreso On Line del Observatorio para la CiberSociedad. [http://www.cibersociedad.net/congreso]. Del 9 al 22 de Septiembre de 2002.
- ARDÉVOL, E. y GÓMEZ CRUZ, E. (2009): "Lo visual como objeto de estudio antropológico en la era digital", comunicación presentada en RAM'09 GT 62 *Antropología, medios audiovisuales y TIC: Problemas y desafíos en el mundo contemporáneo*. Del 28 de septiembre al 2 de octubre de 2009. Universidad de Buenos Aires.
- BIRD, Elizabeth (ed.) (2010): *The Anthropology of News & Journalism*. Bloomington Indiana University Press.
- CARR, Nicholas (2008): *The Shallow: What the Internet Is Doing to Our Brains*. USA W.W. Norton.
- DELEUZE, Gilles (1985): *L'a image-temps. Cinéma 2*. París: Les Editions de Minuit.
- DICKEY, S. (1993): *Cinema and the urban poor in South India*. Cambridge: Cambridge University Press.
- FERNÁNDEZ-FÍGARES, M^a Dolores:
— (2003): *La colonización del imaginario. Imágenes de África*. Granada: Editorial Universidad de Granada.
— (2008): "Antropología y Comunicación, un encuentro necesario", ponencia presentada en el Congreso Internacional de Antropología. 2008. Universidad de Salamanca.
- GÓMEZ TARÍN, Francisco Javier:

- (2011a): *El análisis de textos audiovisuales*. Santander: Shangrila Ediciones.
[Texto en línea]
- (2010b) “La quiebra de los paradigmas audiovisuales: hibridación vs canon”, en Actas II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna, diciembre de 2010.
- GRAU REBOLLO, Jorge (2001): *Antropología social y audiovisuales*. Bellaterra (Barcelona): Universidad Autònoma de Barcelona.
- HAMMER, Anita (2005): “Weaving Trickster: Myth and Tribal encounters on the World Wide Web in Eric Rothenbuhler et alii: *Media Anthropology*. London, New Delhi: SAGE Publications.
- HART, Keith (2000): *The Memory Bank: money in an unequal world*. London: Profile Books.
- LIPOVETSKY, G. y SERROY, J. (2009): *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- MCLUHAN, Marchall (1996): *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- MARFIL, Rafael (2008): “Las palabras en el contexto audiovisual. Análisis y didáctica de unos segundos de narración publicitaria”, publicada en Moya Corral, J.A. & Montoro del Arco, E. T. : *El español del siglo XXI. Actas de las XIV Jornadas sobre la lengua española y su enseñanza*. Editorial Universidad de Granada, pp. 191-201.
- MARÍN VIADEL, Ricardo (2005): “La ‘investigación educativa basada en las Artes Visuales o Arteinvestigación educativa”, en MARÍN VIADEL, Ricardo. (coord.): *Investigación en Educación Artística*. Granada. Universidad de Granada y Universidad de Sevilla, pp. 223 a 274.
- MARZAL-FELICI, J. (2007): “El análisis fílmico en la era de las multipantallas”, en *Comunicar* 29, pp. 63-68.
- MAYANS I PLANELLS, Joan (2002), "Nuevas Tecnologías, Viejas Etnografías. Objeto y método de la antropología del ciberespacio". Fuente Original: Revista Quaderns de l'ICA, 17-18, pp. 79-97. [Consult. 2011-02-14]. Disponible en el archivo del Observatorio para la CiberSociedad:
[URL: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=23>, consultado el 14/02/2011]
- MILLER, D. y SLATER, D. (2000): *The Internet. An Ethnographic approach*. London: Sage.
- SEDEÑO, Ana (2010): “Transformaciones del discurso fílmico: Globalización, cibercultura y cine transnacional”. Actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad de la Laguna.

WEBGRAFÍA

- www.antropologiavisual.net, consultado el 10/02/2011
www.notodofilmfest.com, consultado el 12/02/2011