



„Deep Nostalgia”: o chestiune de relații publice postume în epoca hiperrealității

**Alexandra Bardan, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării,
Universitatea din București**

Mă uit la o fotografie alb-negru, cu colțurile ușor rotunjite, postată pe o pagină web. Din imagine mă privește o tânără îmbrăcată în alb, cu un coc bufant de tip „anii '60”. Fotografia prinde viață. Femeia îmi zâmbeste, apoi clipește rapid, coborând bărbia emoționată, se uită într-o parte, apoi îmi zâmbeste din nou. Nu ne cunoaștem și totuși ea îmi zâmbeste ca și cum mă știe de decenii.

Însă acest zâmbet nu îmi este adresat, și nici nu este real: e vorba de un proiect digital lansat la sfârșitul lunii februarie 2021 și numit sugestiv „Deep Nostalgia” („Nostalgie profundă”). Aplicația web este furnizată de site-ul de genealogii MyHeritage pentru animarea fotografiilor vechi de familie folosind un algoritm de inteligență artificială. „Deep Nostalgia” a devenit rapid virală pe rețelele sociale, în special pe Twitter, provocând reacții mixte cu privire la rezultate nu doar fascinante, ci și, pe alocuri, terifiante (Hern; Mason). Referințele nu sunt neapărat asociate cu practicile „deepfake” prin care fața unei persoane este înlocuită cu alta într-o manipulare video, cât mai degrabă cu funcțiile aplicației, care generează rezultate controversate, așa cum notează de altfel și site-ul proiectului (MyHeritage). O a treia variabilă vine din partea utilizatorilor, care au contribuit la popularizarea „Deep Nostalgia” cu cele mai bizare portrete animate, cum ar fi un personaj din jocul video Warcraft, figurine din plastic, un portret alegoric vegetal al lui Arcimboldo și în fine, dar mai ales o versiune animată „a infamului bust al lui Cristiano Ronaldo, de exemplu, care este la fel de înfricoșătoare ca și versiunea statică” (Hern).

Argumentul meu propune aici deconstruirea acestei noi forme de Ecran Total pe care o aduce aplicația „Deep Nostalgia”, plasând raționamentul în linia lecturilor critice elaborate de Jean Baudrillard despre condiția postmodernă, unde realitatea este dislocată de straturi succesive de copii, de simulări și simulacre. Din punctul meu de vedere, „Deep Nostalgia” apare ca un „*enfant terrible*” al hiperrealității, în care însăși tehnologia care stă la baza acestei aplicații web este pozitivată și încadrată într-o hiperrealitate: site-ul MyHeritage se delimitează în mod explicit de orice abuz, cum ar fi crearea de videoclipuri „deepfake”, și avansează o promisiune comercială care subliniază efectul de nostalgie generat de inteligența artificială, prin animarea imaginii persoanelor dispărute, și nu a portretelor celor vii (MyHeritage).

Apariții digitale de „dincolo”: câteva repere

Ideea de a arăta, în diverse forme, imaginea răposaților nu este cu siguranță nouă, iar aici arta funerară oferă, de-a lungul secolelor, un solid fir roșu. Interesul meu este să examinez câteva cazuri care aparțin de registrul postmodern al hiperrealității, și care au legat lumea celor vii de cea a dispăruților. Iar aici showbizul nu duce lipsă de exemple. În 1991, cântăreața americană Natalie Cole, secondată de producătorul ei David Foster, l-a „readus la viață” pe răposatul ei tată Nat King Cole, pentru un remake al hitului *Unforgettable*. Noua versiune a fost un „duet virtual” interpretat de Cole și de fiica sa, lansând, grație tehnologiilor digitale, o practică care a devenit obișnuită în industria muzicală (Perrone). Au trebuit aproape douăzeci de ani pentru ca imaginea artiștilor decedați să fie simulată pe scenă. În 2012, festivalul Coachella marchează o primă încercare în acest sens, punând alături de Dr. Dre și Snoop Dogg figura generată de computer a rapperului Tupac, dispărut în urmă cu șaisprezece ani. Tehnica folosită a fost o proiecție bidimensională, folosind un artificiu teatral din secolul al XIX-lea, numit „Pepper's Ghost”. Partea cea mai laborioasă a proiectului a fost de fapt crearea și animarea imaginii lui Tupac, implicând efecte digitale multiple (Dodson). Au urmat apoi alte figuri virtuale, care au „cântat live” în concerte: rapperul Ol 'Dirty Bastard în 2013, Michael Jackson la „Billboard Music Awards” în 2014, cântăreața latino Jenni Rivera în 2016. Proiecția rockerului Dio, însoțită de trupa sa care cânta live, a debutat la Festivalul

de la Wacken din Germania, 2016, și a continuat cu un turneu mondial în 2017 (Kaufman). Figura virtuală a legendarului solist rock Roy Orbison a fost însoțită de o orchestră live în Los Angeles, în 2018, cu un spectacol de 65 de minute și 16 piese, fiind considerat printre primele concerte integrale care au proiectat imaginea unui star dispărut (Lee). Viitorul aparițiilor postume se bazează astfel pe spectacole care folosesc realitatea virtuală și alte tehnologii muzicale și vizuale.

Interacțiunile voluntare ale persoanelor îndoliate cu conturi din rețelele sociale aparținând celor dispăruți ilustrează o altă formă de legătură cu lumea de dincolo: putem vorbi aici de un atașament prelungit cu persoana decedată, care se încadrează în limitele (mai mult sau mai puțin explicite) ale rețelelor online. Cercetări pe acest subiect au explorat trei tipuri de interacțiune între personalitatea digitală a decedatului și cei vii (Meese *et al.*): (1) cea mediată de un substitut uman, (2) acțiunea unor aplicații autonome și semi-autonome și (3) servicii de prezență algoritmică în care inteligența artificială creează o formă „reînviată” a decedatului. Care sunt aici provocările determinate de o prezență virtuală postumă? Următoarele exemple ilustrează câteva cazuri problematice din interacțiunea mediată de către o altă persoană sau o echipă.

Conturile de *social media* ale vedetelor decedate reunesc comunități mari de fani. Acestea urmăresc și reacționează la postări din patrimoniul artistic și cultural al vedetei, promovat online de echipe de marketing specializate, care gestionează și mijloacele de monetizare aferente. Este unul dintre motivele pentru care clasamentul anual Forbes pe 2020 al celor mai bine plătite celebrități decedate include personalități care au răposat cu mult înainte de apariția internetului: pe locul 8 se află Bob Marley, care a murit în 1981, iar locul 5 este ocupat de Elvis Presley, decedat în 1977 (Berg).

Interacțiunile mediate de un substitut uman pot, totuși, să producă rupturi bizare, cum este cazul unei serii de tweeturi postume, publicate de contul unui membru al partidului republican: Herman Cain, care a murit pe 30 iulie 2020 de Covid-19. La o săptămână după tweetul care anunța înmormântarea lui Cain, pe 7 august, același cont, care purta încă numele și fotografia politicianului, a partajat un link către un videoclip anti-Joe

Biden. Mai mult, chiar și după ce numele contului a fost schimbat în „Cain Gang”, un nou tweet a relativizat mortalitatea asociată cu Covid-19, în ciuda faptului că Herman Cain murise chiar el din cauza virusului cu câteva săptămâni înainte (Andrews) . Un alt tweet trimis „din mormânt” a fost publicat pe contul lui Michael Jackson, care a postat o urare de Anul Nou adresată tuturor fanilor săi, pe 31 decembrie 2019 (Dhote). Dincolo de glumele, trollingul și meme-urile despre această tentativă de comunicare din lumea de dincolo, unele răspunsuri au pus în perspectivă presa negativă generată în anul precedent de documentarul *Leaving Neverland*: „Super ciudat. Și nu uit acuzațiile credibile de abuz asupra copiilor. Dar bravo echipei tale de PR postum.” (@Jumping_Cholla).

Instrumentalizarea mesajelor apare astfel ca o armă cu două tășuri: conținutul tweet-urilor, contradictorii în raport cu profilul public al lui Herman Cain, a generat confuzie în rândul urmăritorilor și a ridicat o serie de întrebări etice despre administrarea contului unei persoane decedate, în timp ce percepția a fost orientată pozitiv în cazul lui Michael Jackson, prin identificarea mesajului ca o formă de gestionare a reputației sale postume.

Relații publice cu caracter postum

Istoria PR-ului postum începe cu mult înainte de era digitală, cu varii forme în mass media, de la necrologuri publicate în ziare până la încadrarea mediatică a știrilor despre moartea unei persoane publice. Amintesc, pe scurt, crearea Premiului Nobel, povestită ca o campanie de relații publice postume *avant la lettre* pentru Alfred Nobel, care ar fi dorit să nu rămână pentru posteritate ca inventatorul explozivilor militari (Lallanilla). În urma unei erori documentare, în 1888 ziarul a publicat necrologul lui Albert Nobel, în loc să înregistreze moartea fratelui său Ludvig. Un titlu de ziar precum „Negustorul morții este mort” („Le marchand de la mort est mort”) pare să fi fost un factor determinant pentru decizia lui Nobel de a considera importanța reputației sale postume. Odată cu intrarea relațiilor publice în era digitală, managementul unei e-reputații postume a devenit o activitate planificată menită să se îngrijească, pe termen lung, de imaginea publică și de relația dintre o personalitate decedată și publicurile sale din

spațiul online. Apariția și popularitatea companiilor de gestionare a personalității digitale postume plasează comemorarea și amintirea într-o economie mai largă de start-up-uri inovatoare (Meese *et al.* 416). Noile progrese tehnologice mută domeniul de intervenție în afara medierii umane și oferă servicii precum crearea de avataruri interactive online și interacțiunea cu identități digitale postume controlate de inteligență artificială. În acest context tehnico-social de dezvoltare accelerată, consideră Meese *et al.*, întrebările etice legate de interacțiunea virtuală cu morții vor deveni urgente. Aici adaug și o altă problemă, cea a relațiilor publice postume susținute de întruparea digitală autonomă a unei figuri publice, a cărei principală misiune ar fi protejarea reputației decedatului.

Gestionarea reputației postume a personalităților este, de asemenea, o chestiune de orientare a memoriei colective și a cenzurii istorice, notează juristul Bo Zhao pe baza unor exemple în care examinează intersecția dintre domeniile dreptului, a politicii și a culturii în cazuri de calomnie postumă (Zhao). Reputația figurilor politice controversate, cum ar fi dictatorii decedați, devine un teren de dispute istorice în care susținătorii și oponenții se află în conflict cu privire la problema gestionării memoriei și a patrimoniului socio-economic și cultural pe care defunctul l-a lăsat națiunii. În majoritatea cazurilor, susținătorii construiesc „o memorie și o identitate dorite prin uitare voluntară sau prin ascunderea unui trecut întunecat” (Zhao 62), forțând o reevaluare a reputației personalității dispărute, susceptibilă de a modifica, pe termen lung, memoria colectivă și reperele consacrate ale istoriei. În timp ce disputele referitoare la reputație sunt uneori soluționate în instanță, observă Zhao, internetul apare ca un spațiu propice pentru discuții publice despre trecut, dar fără arbitraj. Memoria și semnificația obiectelor istorice sunt remodelate în mediul digital, unde au loc mai multe procese de remediere prin practici sociale și colective de partajare online.

Aniversarea a douăzeci de ani de la prăbușirea regimurilor comuniste a adus în spațiul public mai multe tipuri de amintiri despre trecut. În România, narațiuni comemorative concurente păreau să apară din toate colțurile societății, în timp ce platformele digitale

și rețelele sociale au amplificat prin ecou povești alternative despre trecutul comunist. Nicolae Ceaușescu, ultimul lider al Partidului Comunist Român, a fost portretizat în moduri multiple și contradictorii. Examinarea mecanismelor prin care *social media* participă la re-mediarea amintirilor din era comunistă a arătat că diferite comunități digitale contribuie la modelarea unor povești contradictorii despre această perioadă. Unele grupuri încadrează într-un mod pozitiv trecutul, poate chiar nostalgic, altele dimpotrivă, tratează într-o cheie ironică imaginea fostului lider comunist: astfel, putem găsi pagina de Facebook „Nicolae Ceaușescu”, creată în 2010 „în memoria Președintelui Republicii socialiste România”, cu 117.927 de abonați; pe de altă parte, găsim pagina „Ceaușescu’s popular memes”, care are 19.224 de abonați. Discursul binar asupra perioadei comuniste ia aici forma unei comunicări paralele, amintind de modelul digital al „bulelor de filtru” propus de Eli Pariser; vorbim astfel de o suprapunere minimă sau inexistentă între cele două comunități digitale menționate mai sus (Bardan și Vasilendiuc). Cele două imagini-tip, cele două modele digitale de reputație postumă ale lui Nicolae Ceaușescu coexistă pe Facebook fără să se intersecteze și fără să intre în conflict.

Avataruri ale nostalgiei în hiperrealitate

Această secțiune finală examinează artefactele tehnologice produse cu „Deep Nostalgia” din perspectiva relațiilor publice postume. O încadrare mai largă aduce aici și discuția critică deschisă de Jean Baudrillard despre simularea în evocările cinematografice, unde istoria este refăcută pentru a semăna cu istoria, dar nu mai are nicio legătură cu realitatea de pe teren (Baudrillard 72-75). Considerăm astfel hiperrealitatea reprezentării unui eveniment mai reală decât evenimentul în sine, prin costume, recuzită și efecte speciale, unghiuri ale camerei, filtre și iluminare. *Mutatis mutandis*, experiența simulată din „Deep Nostalgia” se adaugă la șirul tehnologiilor care oferă experiențe mai intense și mai captivante, și care concurează cu marile narațiuni (didactice) ale istoriei. Cu excepția, probabil, a cazurilor care implică gestionarea reputației postume a unor personaje istorice controversate. De exemplu, Nicolae Ceaușescu.

În prezentarea aplicației web „Deep Nostalgia” compania MyHeritage vizează în mod explicit două întrebări etice legate de tehnologiile „deepfake”: absența sunetului, „pentru a preveni orice abuz în acest sens” și problema consimțământului, cerând utilizatorilor să prelucreze prin animație propriile fotografii de arhivă și nu „fotografii cu persoane în viață, fără acordul lor” (MyHeritage).

În zilele următoare lansării „Deep Nostalgia”, o mare parte din „buzz-ul” online care a alimentat popularitatea aplicației provenea din animația unor mari personaje istorice, precum și din experimente de animație pe obiecte ciudate, cum ar fi statuia lui Cristiano Ronaldo menționată anterior. „Resurecția” virtuală a unor oameni celebri precum Frederick Douglass, Oscar Wilde, Harriet Tubman, Alfred Einstein (și mulți alții) a fost urmărită intens pe Twitter (Mason). La rândul meu, am observat un flux similar de animații partajate pe Facebook, dar printre acestea au fost și câteva fotografii animate ale lui Ceaușescu. Una dintre fotografiile avea aceleași gesturi și atitudini ca și imaginea de prezentare folosită pe pagina principală a site-ului „Deep Nostalgia”. Am explorat astfel în detaliu instrumentele oferite de aplicație.

Fotografia unui subiect ales trebuie încărcată pe site-ul aplicației. Imaginea va fi apoi îmbunătățită pentru a optimiza fotografiile neclare, pentru a crește rezoluția acestora și pentru a accentua trăsăturile subiectului. Funcția de animație adaugă expresii și mici mișcări ale capului dintr-o arhivă de nouă mișcări preînregistrate, alegând automat cea mai potrivită animație pentru fotografia încărcată. Persoana se mișcă, clipește și zâmbește în funcție de variabilele încorporate în cele nouă modele de bază. Pe 5 aprilie 2021, zece animații speciale au fost adăugate pentru a extinde gama de mișcări și expresii. Pornind de la aceste extensii noi, am explorat și testat limitele aplicației „Deep Nostalgia” într-o abordare de relații publice postume pentru, de exemplu, Nicolae Ceaușescu (sau Mao, sau Lenin, sau Stalin, sau Mussolini, sau Hitler sau etc.). Astfel, cu cele zece noi animații l-am putut vedea pe Ceaușescu (sau pe Mao, pe Lenin, pe Stalin, pe Mussolini, pe Hitler etc.) cum zâmbește, dansează în timp ce mișcă capul (cu două

modele), trimite o beza, își exprimă recunoștința, trimite o beza și face cu ochiul, își mișcă sprâncenele, comunică aprobarea, privește lateral sau își exprimă empatia.

Odată creată animația „Deep Nostalgia” (cu Ceaușescu), apare următoarea dilemă: unde să o public - pe pagina de Facebook care a promovat o reputație postumă serioasă sau pe cea bazată pe meme?

Referințe

- Andrews, Travis M. “The curious saga of the deceased Herman Cain’s living Twitter account.” *The Washington Post*. 31 august 2020. <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/08/31/herman-cain-twitter-account>. Consultat pe 12 aprilie 2021.
- Bardan, Alexandra și Vasilendiuc, Natalia. “Representations of the Communist Period in Romanian Digital Communities: A Quest for Online ‘Displaced Nostalgia’.” in Lizardi, Ryan. *Subjective Experiences of Interactive Nostalgia*. New York: Peter Lang, 2019. 145-164.
- Baudrillard, Jean. *Simulacres et Simulation*. Paris: Editions Galilée, 1981.
- Berg, Madeline. “The Highest-Paid Dead Celebrities Of 2020.” *Forbes*, 13 noiembrie 2020. <https://www.forbes.com/sites/maddieberg/2020/11/13/the-highest-paid-dead-celebrities-of-2020/?sh=36422b0e3b4b>. Consultat pe 12 aprilie 2021.
- « Nicolae Ceausescu. » *Facebook*, <https://www.facebook.com/nicolae.ceausescu89>. Consultat pe 12 aprilie 2021.
- « Ceaușescu’s popular memes. » *Facebook*, <https://www.facebook.com/ceausescumemes>. Consultat pe 12 aprilie 2021.
- Dhote, Tanvi. “Michael Jackson’s ‘Tweet From His Grave’ Is Leaving Fans In Splits.” *Republic World*. 2 ianuarie 2020. <https://www.republicworld.com/entertainment-news/hollywood-news/michael-jacksons-tweet-from-his-grave-is-leaving-fans-surprised.html>. Consultat pe 11 aprilie 2021.
- Dodson, Aaron. “The strange legacy of Tupac’s ‘hologram’ lives on five years after its historic Coachella debut.” *The Undefeated*. 14 aprilie 2017. <https://theundefeated.com/features/the-strange-legacy-of-tupacs-hologram-after-coachella/>. Consultat pe 11 aprilie 2021.
- Hern, Alex. “Deep Nostalgia: ‘creepy’ new service uses AI to animate old family photos.” *The Guardian*. 1 martie 2021. <https://www.theguardian.com/technology/2021/mar/01/deep-nostalgia-creepy-new-service-ai-animate-old-family-photos>. Consultat pe 10 aprilie 2021.
- @Jumping_Cholla (JC). “Super Weird. And I’m Not Forgetting the Credible Child Abuse Allegations. But Thumbs up to Your Posthumous PR Team.” *Twitter*. 2 ianuarie 2020, 2:29 a.m., https://twitter.com/Jumping_Cholla/status/1212531381194182658. Consultat pe 11 aprilie 2021.
- Kaufman, Gil. “Tupac, Michael Jackson, Gorillaz & More: A History of the Musical Hologram.” *Billboard*. 3 septembrie 2017.

- <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/7717042/musical-holograms-history-dead>. Consultat pe 12 aprilie 2021.
- Lallanilla, Marc. "The Dark Side of the Nobel Prizes." *Live Science*. 4 octombrie 2013. www.livescience.com/40188-dark-history-alfred-nobel-prizes.html. Consultat pe 11 aprilie 2021.
- Lee, Wendy. "Must Reads: Roy Orbison hologram concert in L.A. invites awe and debate." *LA Times*. 6 octombrie 2018. <https://www.latimes.com/business/hollywood/la-fi-ct-orbison-hologram-20181006-story.html>. Consultat pe 12 aprilie 2021.
- Mason, Jessica. "These Animated 'Deep Nostalgia' Photos of Dead People Are WILD." *The Mary Sue*. 1 martie 2021. <https://www.themarysue.com/these-animated-deep-nostalgia-photos-of-dead-people-are-wild/>. Consultat pe 14 aprilie 2021.
- Meese, James, *et al.* "Posthumous personhood and the affordances of digital media." *Mortality* 20.4 (2015): 408-420.
- MyHeritage. *Animez vos photos de famille*. 2021. <https://www.myheritage.fr/deep-nostalgia>. Consultat pe 11 aprilie 2021.
- Perrone, Pierre. "Natalie Cole: Singer who performed the first 'virtual duets' with her late father Nat 'King' Cole." *The Independent*. 3 ianuarie 2016. <https://www.independent.co.uk/news/obituaries/natalie-cole-singer-who-performed-the-first-virtual-duets-with-her-late-father-nat-king-cole-a6794906.html>. Consultat pe 12 aprilie 2021.
- Zhao, Bo. "Legal cases on posthumous reputation and posthumous privacy: history censorship, law, politics and culture." *Syracuse Journal of International Law and Commerce* 42.1 (2014): 40-122.

Alexandra Bardan est titulaire d'une licence en arts appliqués à l'Académie des Arts de Bucarest et d'un doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Sorbonne-Nouvelle Paris 3. Elle est chargée de cours à la Faculté de Journalisme et des Sciences de la Communication à l'Université de Bucarest, où elle enseigne des cours de « Design éditorial », « Photojournalisme », « Production d'images numériques » et « Publication assistée par ordinateur ». Ses recherches portent sur la communication visuelle, la nostalgie post-communiste, l'histoire sociale et la vie quotidienne dans la Roumanie communiste. Articles récents : Bardan, Alexandra (2020) Nostalgia Waves: a Media Framing of Post-Communist Nostalgia in Romania. *Polis*, 8(3), 35-50 ; Bardan, Alexandra. Vasilendiuc, Natalia. (2019). Representations of the Communist Period in Romanian Digital Communities: A Quest for Online "Displaced

Nostalgia.”. In R. Lizardi (coord.), *Subjective Experiences of Interactive Nostalgia* (pp. 145-166). Frankfurt: Peter Lang.